



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LOS  
ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE EN EL DISTRITO  
DE CANOAS DE PUNTA SAL DE LA PROVINCIA DE  
CONTRALMIRANTE VILLAR DEL DEPARTAMENTO DE  
TUMBES - 2019.**

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

**AUTOR:**

**Br. RAMÍREZ IZQUIERDO CARLOS ALBERTO**

**ORCID: 0000-0001-5490-6738**

**ASESOR:**

**Mgtr. Lic. Adm. JOSE FERNANDO ESCOBEDO GALVEZ.**

**ORCID: 0000-0002-6443-1497**

**TUMBES – PERÚ**

**2019**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Ramírez Izquierdo, Carlos Alberto

**ORCID:** 0000-0001-5490-6738

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,  
Tumbes, Perú.

### **ASESOR**

Escobedo Gálvez, José Fernando

**ORCID:** 0000-0002-6443-1497

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de ciencias  
contables financieras y Administración, Escuela Profesional de  
Administración, Tumbes, Perú.

**JURADO** Guerrero García,

Galvani. **ORCID:** 0000-0003-

1038-1866

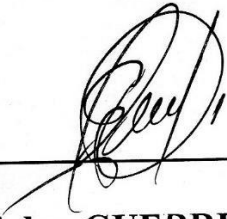
Aguilar Chuquizuta, Darwin Alexander.

**ORCID:** 0000-0001-6721-620X

Villarreyes Guerra, Domingo Miguel.

**ORCID:** 0000-0001-6769-1959

**HOJA DE FIRMA DEL JURADO**



\_\_\_\_\_  
**Mgtr. Lic. Adm. GUERRERO GARCÍA, Galvani.**

**PRESIDENTE**



\_\_\_\_\_  
**Mgtr. Lic. Adm. AGUILAR CHUQUIZUTA, Darwin Ebert.**

**MIEMBRO**



\_\_\_\_\_  
**Mgtr. Lic. Edu. VILLARREYES GUERRA, Domingo Miguel.**

**MIEMBRO**



\_\_\_\_\_  
**Mgtr. Lic. Adm. ESCOBEDO GÁLVEZ, José Fernando.**

**ASESOR**

## **AGRADECIMIENTO**

*A Dios, por ser mi escudo espiritual, a mi familia y en especial a mis padres, pues ellos con su ejemplo me enseñan día a día a dar lo mejor de mí en todo momento, por su apoyo incondicional en mi formación y educación.*

## DEDICATORIA

*A los docentes, compañeros de clase; quienes me apoyaron incondicionalmente y compartieron sus conocimientos y aquellas personas que estuvieron a mi lado apoyándome para que este logro se haga realidad.*

*A los futuros profesionales que pretenden especializarse en el ámbito de la Administración, invitándolos a cambiar el paradigma de la incompetencia, planteando mejoras para lograr una eficiente y eficaz gestión, de tal forma que ellos puedan ser protagonistas del cambio en el País y no ser simple espectadores.*

## RESUMEN

En la presente investigación denominada Evaluar la calidad del servicio los establecimientos de hospedaje en el Distrito de Canoas de Punta Sal de la provincia de Contralmirante Villar en el Departamento de Tumbes -2019. Tuvo como problema de investigación: ¿Cómo evalúan la calidad del servicio los establecimientos de hospedaje en el Distrito de Canoas de Punta Sal de la provincia de Contralmirante Villar en el Departamento de Tumbes -2019? Es por ello que se formuló el siguiente objetivo de investigación: Evaluar la calidad del servicio de los establecimientos de hospedaje del Distrito de Canoas de Punta Sal, en la Provincia de Contralmirante Villar del Departamento de Tumbes – 2019. Utilizando una metodología de investigación de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal; con una población de una (01) MyPes y con una muestra de 68 clientes, aplicando la encuesta y cuestionario como instrumentos de recolección de datos se concluyó e ha identificado en la muestra representativa del “Punta Sal Club Hotel” de Canoas de Punta Sal, es una empresa ya consolidada en el mercado, que lo constituye parte del mercado nacional y el mercado extranjero lo constituyen los ecuatorianos. La estructura organizacional del hotel comprende las áreas de contabilidad, recepción, gobernanza de habitaciones, marketing y ventas; la oferta que brinda el hotel es variada, ya que ofrece una variedad de habitaciones con distintos servicios, incluidos y no incluidos, su ubicación es demandada mayormente por familias. El personal cuenta con la preparación necesaria logrando desempeñar de manera eficiente sus funciones, gracias a que poseen un grado de instrucción de secundaria completa en adelante. Las funciones administrativas, contables, recepción la desempeñan profesionales jóvenes y son de la localidad donde se ubica el Hotel.

***Palabras Claves: Calidad de Servicio y MYPES.***

## ABSTRACT

In the present investigation denominated to Evaluate the quality of the service the establishments of lodging in the District of Canoas of Punta Sal of the province of Rear Admiral Villar in the Department of Tumbes -2019. Its research problem was: How do the lodging establishments in the Canoas District of Punta Sal in the province of Contralmirante Villar in the Department of Tumbes -2019 evaluate the quality of service? That is why the following research objective was formulated: Evaluate the quality of service of the lodging establishments of the Canoas District of Punta Sal, in the Province of Rear Admiral Villar of the Department of Tumbes - 2019. Using a type research methodology descriptive, quantitative level and non-experimental cross-sectional design; with a population of one (01) MyPes and with a sample of 68 clients, applying the survey and questionnaire as data collection instruments, it was concluded and identified in the representative sample of the “Punta Sal Club Hotel” of Canoas of Punta Sal, It is a company already consolidated in the market, which constitutes it part of the national market and the foreign market is constituted by Ecuadorians. The organizational structure of the hotel includes the areas of accounting, reception, room governance, marketing and sales; The offer offered by the hotel is varied, as it offers a variety of rooms with different services, including and not included, its location is mostly demanded by families. The staff has the necessary preparation to efficiently perform their duties, thanks to the fact that they have a full secondary education degree from now on. The administrative, accounting, reception functions are performed by young professionals and are from the locality where the Hotel is located.

***Keywords: Quality of Service and MYPES.***

# ÍNDICE

TÍTULO: .....	i
EQUIPO DE TRABAJO .....	ii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO.....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iii
DEDICATORIA .....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT .....	vii
ÍNDICE .....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA: .....	11
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION.....	11
2.2. BASES TEÓRICAS Y CONCEPTUALES .....	26
2.2.1. CALIDAD .....	26
2.2.1.1. DEFINICIÓN.....	26
2.2.1.2. Expectativa.....	27
2.2.1.3. Percepción .....	27
2.2.1.3.1. Intangibilidad.....	28
2.2.1.3.2. Caducidad.....	28
2.2.1.3.3. Agregabilidad .....	29
2.2.1.3.4. Inseparabilidad.....	29
2.2.1.3.5. Variabilidad .....	30
2.2.1.3.6. Percibibilidad.....	31
2.2.1.4. SERVQUAL .....	32
2.2.1.4.1. Dimensiones del Modelo Servqual .....	34
2.2.1.5. Alfa de Cronbach.....	36
2.2.2. MYPES.....	37
III. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACION .....	39
IV. METODOLOGÍA .....	40
4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	40
4.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN .....	40
4.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN .....	40
4.4. DEFINICIÓN DE VARIABLE Y OPERACIONALIZACIÓN.....	40
4.5. POBLACIÓN Y MUESTRA .....	43
4.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	44
4.6.1. Técnicas.....	45
4.6.2. Instrumentos .....	45
4.7. PLAN DE ANÁLISIS .....	45
4.8. MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	46



4.9. PRINCIPIOS ETICOS.....	47
V.RESULTADOS.....	48
VI.CONCLUSIONES .....	71
VII.REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....	74
VIII.ANEXOS .....	79
ANEXOS 01: CRONOGRAMA DE ACTIVIDAD .....	79
ANEXO 02: PRESUPUESTO FINANCIAMIENTO .....	80
ANEXO 03: ENCUESTA .....	81
ANEXO 04: TURNITIN .....	83

## **I. INTRODUCCIÓN**

El presente trabajo de investigación académica; denominado **“Evaluación de la Calidad del Servicio en los Establecimientos de Hospedaje en el Distrito de Canoas de Punta Sal de la Provincia de Contralmirante Villar del Departamento de Tumbes - 2019”**, está elaborado de acuerdo a las líneas que han sido asignadas por la Escuela Profesional de Administración Turística.

Para la Organización Mundial de Turismo (OMT), el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia habitual por menos de un año y con fines de ocio, negocios, estudio, entre otros. En el año 2017; las llegadas de turistas internacionales registraron un notable aumento del 7% hasta alcanzar un total de 1.323 millones de turistas a nivel global, según el último informe de la (OMT, 2018). Las previsiones apuntan a que este fuerte crecimiento se mantendrá en el 2019, con un ritmo entre el 4% y el 5%.

Los pronósticos indican que, para los próximos años, se espera que el turismo receptivo en América Latina continúe creciendo a una tasa media del 4% al año en el número de viajes hasta el 2022, impulsado en gran parte por la evolución de los programas de promoción e incentivo al turismo en países como Perú, Colombia y Chile, según Euromonitor International; última edición del WTM Latín América, el turismo receptivo en el Perú creció 8% del 2016 al 2017.

El turismo es una actividad organizada que incluye el alojamiento, alimentación, recreación al turista; quien busca descanso, clima, paisaje, buena comida y hospitalidad, razón por la cual un establecimiento de hospedaje debe tener en cuenta estos detalles para satisfacer al turista y este se convierta en un efecto multiplicador de

las bondades y atributos del servicio que complementado con los atractivos turísticos van a conformar el imán de atracción del flujo turístico hacia nuestra región.

Como es de conocimiento el servicio de calidad es la mejor herramienta de efecto multiplicador que va a permitir fidelidad por parte del huésped, aunque muchas veces se ignora la evaluación de la calidad del servicio en los Establecimientos de Hospedaje, es necesario tener una medición que permita establecer una mejora continua en ellos.

El Estado hoy en día viene promoviendo el conocimiento y aplicación de las buenas prácticas como una estrategia para alcanzar la calidad en los servicios turísticos, siendo las empresas de alojamiento quienes brindan sus servicios a una demanda cada día más exigente y en un mercado competitivo, por tanto es necesaria la evaluación de la calidad para que luego de la información obtenida se puedan desarrollar estrategias con el fin de implementarlas y de ese modo lograr un mejor desempeño empresarial, generando una mayor satisfacción de la demanda, mejores resultados financieros, competitividad en el mercado y además contribuir a consolidar la imagen del destino turístico (Cornejo, 2018).

La Región Tumbes; cuenta con una planta turística en gran desarrollo; distribuida a lo largo del litoral que si bien es cierto ofrecen la comodidad, el confort, la atención; sin embargo es menester conocer los parámetros de evaluación de la calidad del servicio tomando como ejemplo los esquemas cualificados y cuantificados derivados de las buenas experiencias en los establecimientos de hospedaje que hacen que este sea diferenciado de la competencia.

Dentro del perfil del turista que visitan los establecimientos de hospedaje de playa en Tumbes; está el turista ecuatoriano por ser zona de frontera y por ser de su

agrado la gastronomía en base a pescados y mariscos, además su exigencia en comodidad, confort, limpieza, buena atención, habitaciones cómodas y bien ventiladas, etc. hacen que se convierta en un segmento que merece darle una buena calidad en el servicio que juega un rol importante en el éxito de un hospedaje.

Para contar con un servicio de calidad eficiente y eficaz; es imprescindible que la dirección del hotel tenga políticas de atención al huésped, gestión logística, mantenimiento y limpieza de la infraestructura, lo cual amerita una evaluación de la calidad del servicio para realizar propuestas de mejoramiento continuo en los establecimientos de hospedaje.

Se ha planteado un objetivo general orientado hacia la búsqueda de la calidad en el servicio y los objetivos específicos van a permitir identificar, describir y proponer un modelo de evaluación de la calidad del servicio. Para lo cual se ha escogido como muestra los Establecimientos de Hospedaje del Distrito de Canoas de Punta Sal, en la Provincia de Contralmirante Villar en el Departamento de Tumbes – 2019.

Esta propuesta de evaluación de la calidad del servicio serviría a los establecimientos de hospedaje; como una orientación para el personal tanto directivo como administrativo y de servicio para mantener los estándares mínimos de aceptación y preferencia de la demanda en este rubro.

De esta manera; nuestra Alma Máter cumpliría uno de los roles fundamentales como es la labor investigativa, la contribución a la sociedad y el mejoramiento de la calidad de vida de la población en general.

El distrito de Canoas de Punta Sal de la Provincia de Contralmirante Villar en el departamento de Tumbes y el Distrito de Máncora perteneciente a la Provincia de Talara, Departamento de Piura, representan los íconos más representativos del turismo

convencional o de playa preferido por los turistas tanto nacionales como extranjeros. Es así que el turista que visita Canoas de Punta Sal en Tumbes, arriba a los Establecimientos Hoteleros de la zona.

En el sector hotelero la calidad de servicio es un valor complejo y significativo, definitivamente en la actualidad cumple con un rol muy importante en las empresas del servicio turístico, debido a que la planificación en relación a la organización, de sus instalaciones y equipamiento correspondiente a la planta turística, ubicadas en un determinado destino de interés turístico, deben garantizar la plena satisfacción de sus clientes (huéspedes), tanto internos como externos. Determinar el nivel de satisfacción es importante para asegurar la fidelidad en los clientes y además nos puedan recomendar debido a que la calidad en el servicio sea garantizada.

El Manual de Buenas Prácticas de Gestión de Servicios para Establecimientos de Hospedaje surge como una respuesta a la evolución del rubro, donde las exigencias de los clientes son cada vez mayores y requieren ser atendidas efectivamente. Precisamente el presente manual, que complementa pero no resta a su antecesor, proporciona una guía para alcanzar una Gestión Integral de la Calidad mediante la implementación de las recomendaciones de Buenas Prácticas en las diferentes áreas del establecimiento de hospedaje (MINCETUR, 2012).

De acuerdo al Reglamento de Establecimiento de Hospedaje (DS N° 001-2015-MINCETUR), el Titular del establecimiento obligatoriamente presentará anualmente una Declaración Jurada de cumplimiento de requisitos mínimos establecidos de acuerdo a la clase y categoría correspondiente, utilizando el formato según modelo aprobado por el Viceministerio de Turismo.

De acuerdo a la página oficial de Booking.com – Hoteles (2017), muestra resultados de la satisfacción del cliente expresada en la web mediante una serie de rangos de puntuación basado en comentarios. Establecidos de la siguiente manera: Fantástico: (9+), Bien (7-9), Mal: (3-5), Muy mal: (1-3) (Barrientos, 2017).

Según CALTUR (Calidad turística del Perú), menciona que en los últimos años, Perú, se ha convertido en un gran destino turístico y es escenario donde los consumidores cada vez son más exigentes y la competencia va aumentando a un ritmo acelerado, causa de esto, las empresas están optimizando sus sistemas de gestión y calidad de los servicios que brindan, cuyo objetivo general es generar un movimiento nacional hacia la calidad, una posición de liderazgo internacional del Perú en el ámbito de calidad en turismo.

Asimismo; es importante analizar otros aspectos que influyen en la operatividad del servicio como es el:

**Aspecto Político.-** En el Perú; la estabilidad política; es un elemento indispensable para lograr el crecimiento económico y la atracción de la inversión privada tan necesarios para generar empleo y bajar las brechas de la pobreza, impulsando la generación de oportunidades para todos los peruanos; en ese sentido, se han concertado voluntades con las fuerzas políticas a centrarse en impulsar las reformas legales e institucionales que urgen para el aceleramiento en el crecimiento económico, ejecutar mayores niveles de inversión, aumentar flujos de comercio exterior, así como generar mayores puestos de empleo (COMEXPERU, 2018).

Asimismo una política de estado; es la orientación del gobierno a fomentar el turismo tanto nacional como extranjero, para lo cual se han firmado tratados internacionales y migratorios para regular la actividad turística, aunque el país ha

vivido una inestabilidad política y actualmente y un nivel de corrupción elevado se ha visto una buena aceptación de la ciudadanía la lucha contra la corrupción y la impunidad; facilitando un clima de confianza para la creación de negocios en turismo como son hospedajes, restaurantes, agencias de viajes, casino, etc.

**Aspecto Económico.-** La situación económica actual del país se presenta relativamente estable, lo cual genera al inversionista una actitud positiva a la inversión en turismo. Los tipos de interés de la banca comercial son accesibles para todo tipo de financiamiento, y se observa últimamente un auge de inversiones en turismo, producto de la tasa de inflación que está siendo controlada y la tasa de cambio se mantiene relativamente estable, lo cual estabiliza el mercado cambiario para el perfil del turista ecuatoriano.

Tumbes; dada su situación geopolítica estratégica del departamento; con el Ecuador desarrolla un comercio de bienes y servicios fluido lo cual mantiene activa la economía regional y da oportunidad laboral a la población dedicada al comercio con este país.

**Aspecto Socio - Cultural.-** El departamento de Tumbes tiene una población de 243,856 habitantes según el Censo 2017, donde el 49,5 son hombres y el 50,5% son mujeres, para el año 2025 se proyecta una población de 264,500 habitantes. Es uno de los cinco departamentos con menos densidad poblacional que representa el 0,8% de la población del país.

La distribución de los ingresos en la región tiene una Población Económicamente Activa Urbana - PEA; de 133,199 (INEI, 2015) que representa el 55% y la Población Económicamente Activa Rural - PEA; es de 7,407 (INEI, 2015) que representa el 3% de la PEA. Cabe señalar que el 63% trabaja para el Estado, y

3'312,753 es independiente y representa el 14%. En materia de servicios en turismo las nuevas tendencias en el estilo de vida del turista nacional es viajar en familia o grupo, lo cual es una gran oportunidad para los servicios turísticos, el gasto promedio de un turista nacional es de USA \$ 300 dólares y para el turista extranjero es de USA \$ 500 dólares.

En el aspecto educativo; al 2017 Tumbes cuenta con una población de 71,154 (44,8%) población censada de 15 y más años de edad que logró estudiar educación secundaria, 24,737 (15,6%) de 15 años a más que han logrado seguir estudios universitarios y educación no universitaria de 24,256 (15,3%) y población que no sabe leer ni escribir es de 5, 214 (3,3%).

En el aspecto cultural; Tumbes mantiene sus costumbres, tradiciones, hábitos, festividades, gastronomía que son parte del atractivo turístico que elige como destino el turista nacional y extranjero. Por su ubicación privilegiada con la vecina República de Ecuador mantiene un flujo turístico que es atraído por el turismo de playa y la gastronomía.

**Aspecto Tecnológico.-** Las nuevas tendencias en la tecnología de las comunicaciones han permitido un aumento de la demanda de nuevas innovaciones en la línea de comunicaciones fija, móvil, la fibra óptica, la capacidad de desarrollo de las APPS móviles para el negocio, haciendo que el mercado se vuelva más activo. El comercio con Ecuador; ha permitido que tanto peruanos como ecuatorianos puedan contratar los servicios de telefonía en ambos países para la venta de bienes y/o servicios y más aún en el sector turismo los paquetes dependen de la comunicación fluida entre los operadores turísticos.



**Aspecto Ecológico.-** Tumbes presenta un territorio donde existen áreas Naturales Protegidas como es el Santuario Nacional Los Manglares de Tumbes, el Bosque Nacional de Tumbes, el Parque Nacional Cerros de Amotape y Coto de Caza El Angolo compartido con la provincia de Sullana en el departamento de Piura. Estas áreas representan un atractivo natural y turístico aunado a sus 185 kms. de playas de cálidas aguas y arenas de granulometría fina. Estos atractivos representan el frente marrón, verde y azul que ofertado al turismo nacional y extranjero convierten a Tumbes en un destino singular. Asimismo las leyes de protección medioambiental, la regulación sobre el consumo energético, la legislación sobre reciclaje de residuos y eliminación de desechos hacen que se fomenten las buenas prácticas en conservación y preservación del medio ambiente.

**Aspecto Legislativo.-** La legislación actual en materia de turismo fomentan la inversión, los beneficios tributarios, las facilidades del financiamiento bancario permiten la inversión tanto en establecimientos de hospedaje, restaurantes, agencias de viaje, etc. generando valor en la economía regional.

Las leyes de la competencia, las políticas de desempleo y legislación laboral a cargo del Estado, y las licencias necesarias para desarrollar la actividad en prestación de servicios en turismo a cargo de los Gobiernos Locales regulan el mercado de la oferta y la demanda, el mercado laboral. La Ley N° 29408 Ley General de Turismo y la Ley N° 26961 - Ley para el desarrollo de la actividad turística, promueven e incentivan el desarrollo sostenible de la actividad turística y su aplicación es obligatoria a los prestadores de servicios turísticos.

Se formuló la siguiente interrogante de investigación ¿Cómo evalúan la calidad del servicio los establecimientos de hospedaje en el Distrito de Canoas de Punta Sal de

la provincia de Contralmirante Villar en el Departamento de Tumbes, en el año 2019? Por lo tanto, se elaboraron objetivos de investigación para dar solución al enunciado del problema. Objetivo General: Evaluar la calidad del servicio de los establecimientos de hospedaje del Distrito de Canoas de Punta Sal, en la Provincia de Contralmirante Villar del Departamento de Tumbes – 2019. Y objetivos específicos: Describir las principales características de normas estándares de la calidad del servicio en los establecimientos de hospedaje del Distrito de Canoas de Punta Sal en la Provincia de Contralmirante Villar en el Departamento de Tumbes. Evaluar el cumplimiento de estándares de calidad en el servicio en los establecimientos de hospedaje del Distrito de Canoas de Punta Sal en la Provincia de Contralmirante Villar en el Departamento de Tumbes. Proponer un modelo de evaluación de la calidad del servicio para los establecimientos de hospedaje del Distrito de Canoas de Punta Sal en la Provincia de Contralmirante Villar en el Departamento de Tumbes, año 2019.

Dentro de las bases conceptuales; se ha identificado que existen diversos investigadores como Saghier, N. M. (2013) y Al Khattab, S. A. & Aldehayyat, J. S. (2011) que han utilizado la escala SERVPERF para medir la calidad de servicio en diferentes contextos como Alejandría, Aqaba y Petra. Así mismo, Al Khattab, S. A. & Aldehayyat, J. S. (2011) recomendaron utilizar la escala mencionada en otros países o contextos diferentes. La escala de SERVPERF.

Por lo tanto, en este trabajo de investigación se aplicará la escala SERVPERF en:

**Práctica:** Permitirá tanto a los administradores de los Establecimientos de Hospedaje del Distrito de Canoas de Punta Sal en la Provincia de Contralmirante Villar en el Departamento de Tumbes; realizar un mejor diagnóstico para el diseño e

implementación de estrategias que permitan una mejora continua de las dimensiones más relevantes de la calidad de servicio acorde con el turismo convencional de playa. El CEM, Customer Experience Management; tendrá una mejora al tener los procesos bien planeados e intencionados para que la experiencia de los clientes sean similares, y diferentes a la competencia (Kerin, R. A., Hartley, S. W. & Rudelius, W., 2009), de esta manera estaría garantizando la satisfacción del cliente.

**Metodológica:** La presente investigación; se basa en escalas utilizadas en investigaciones anteriores en el sector hotelero como son Marković, S. & Janković, S. (2013) utilizaron la escala SERVQUAL, y Saghier, N. M. (2013) y Al Khattab, S. A & Aldehayyat, J. S. (2011) utilizaron la escala SERVPERF.

La investigación metodológica se realizará de acuerdo al proceso planteado por los autores Hernández, Fernández y Baptista (1991) tomando como referencia fuentes como experiencias individuales, materiales escritos (libros, periódicos, revistas y tesis) y materiales audiovisuales (internet en su amplia gama de posibilidades como páginas web, foros de discusión, observaciones de hechos, etc.) para generar ideas acerca de la investigación.

## **II. REVISION DE LA LITERATURA:**

### **2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION**

**Dammer B. A y Garrido P. F. (2018)**, en su Tesis *“Estándares de servicio de Calidad para Hoteles Boutique categoría “A” en Quito- Ecuador”*, El presente proyecto expone normas de control enfocadas en el área de recepción los hoteles boutique de categoría “A” en Ecuador. Esta guía práctica pretende establecer lineamientos que encaminen el éxito de los servicios ofrecidos en los hoteles boutique del país. El objetivo principal de este trabajo es brindar al personal de servicio del hotel la posibilidad de guiar su operación bajo pautas que garanticen la efectividad de su trabajo. Las normas de control de calidad servirán como clave para agilizar procesos, mejorar la calidad de los servicios e incrementar la satisfacción del cliente, aportando tanto al bienestar y desenvolvimiento del personal como al del establecimiento de alojamiento. De manera conjunta, las normas tienen como finalidad ofrecer a los gerentes un útil modelo de control y evaluación de servicios, que brinde mayor certeza de que la operación se maneja de forma esperada y correcta.

Para llevar a cabo la estructuración de los estándares de servicio, se hizo una amplia investigación sobre la importancia del área de Front Desk y en general del desarrollo de los hoteles boutique dentro de la industria hotelera en Ecuador. La investigación incluye como fuente primaria toda la información recopilada de los 4 hoteles boutique de Quito de la categoría más alta “AAA”, de donde se obtienen las referenciales pautas de efectividad de servicios, aplicables a los hoteles boutique de categoría “A”. Antes de determinar los estándares de calidad, se definió el concepto de hotel boutique en Ecuador y también se establecieron sus

clasificaciones como parte esencial para lograr una guía de servicio efectiva, que beneficie a pequeños establecimientos hoteleros con potencial de crecer, así como al desarrollo de la industria turística nacional.

**López M., D. (2018)**, en su Tesis “*Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil*”, es un estudio de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil. Actualmente han ido incrementando los restaurantes y esto lleva a un mercado que cada vez se pone más exigente, por esto las empresas tienen que siempre tener presente una evaluación de la calidad del servicio para poder tener clientes satisfechos. El objetivo principal de esta investigación es determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil. La metodología de la investigación se basó en un enfoque mixto, en lo cuantitativo se seleccionó un modelo Servqual y la obtención de la información se la realizó a través de encuestas dirigidas a los clientes que consumen en el restaurante Rachy’s encontrando los siguientes resultados: una insatisfacción con las dimensiones respuesta inmediata y empatía. Se pudo evidenciar que existe una correlación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente. Se realizó una investigación cualitativa por medio de entrevistas a profundidad para tener un mayor conocimiento de las variables de estudio y se pudo evidenciar falta de capacitación y motivación de parte de la empresa hacia el personal. Una vez conocido los hallazgos principales, se propone programas de capacitación y de calidad dirigidas al personal de servicio y con esto crear una ventaja competitiva dentro de la empresa.

**Sánchez E., Aby (2017)**, en su Tesis “*Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el Restaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa*” explica que la calidad en el servicio al cliente es una estrategia fundamental en las relaciones comerciales de cualquier empresa. Esta calidad en el servicio corresponde a la satisfacción de las expectativas de los clientes, condición que se obtiene cuando las percepciones respecto a un servicio son superadas por las expectativas luego de recibirlo. La presente investigación se realizó en el restaurante Pizza Burger Diner ubicado en Gualan, Zacapa; con el propósito de evaluar la calidad e el servicio al cliente.

La evaluación de la calidad del servicio se realizó mediante el método ServQual, con el que se identificó el índice de calidad del servicio y las brechas de insatisfacción de los clientes según las diferencias entre las expectativas y percepciones. Además se realizó una evaluación 360 grados para conocer las percepciones de los colaboradores y directivos del restaurante. Las variables de respuesta utilizadas fueron la calidad del servicio al cliente y las brechas de insatisfacción. Los indicadores propuestos fueron a) elementos tangibles, b) empatía, c) confiabilidad, d) capacidad de respuesta y e) fiabilidad. Los indicadores utilizados corresponden a las cinco dimensiones utilizadas en el método ServQual.

La evaluación se realizó en una muestra de 70 clientes, 14 colaboradores y 4 directivos, calculado con la fórmula para tamaño de muestra de poblaciones conocidas. En total, el tamaño de la muestra utilizada fue de 88 personas. El instrumento diseñado constó de 22 preguntas para medir percepciones y otro de 22 preguntas para medir expectativas.

Entre los principales resultados obtenidos a través de la investigación se encuentra una caracterización de los clientes, con la que se determinó la frecuencia de los clientes, la procedencia y los medios publicitarios que mejores resultados han dado.

Se determinó un índice de calidad del servicio de -0.18, lo cual indica que las expectativas de los clientes no superan las percepciones por lo que según el método ServQual no existe calidad en el servicio. Se determinó que las brechas de insatisfacción son negativas. Con la evaluación 360 grados se determinó que existen discrepancias entre las percepciones de los colaboradores y los directivos sobre las expectativas de los clientes, lo cual explica que los directivos no conocen lo que sus clientes necesitan.

Por último se plantea una propuesta de acciones que tienen como propósito reducir las brechas de insatisfacción encontradas para cada variable.

**Muñoz B., G (2017)**, en su Tesis *“Análisis de la Calidad del Servicio del hotel Perla Verde de la ciudad de Esmeraldas”*, el desarrollo de esta investigación, cuyo título es Análisis de la Calidad del Servicio del Hotel Perla Verde de la Ciudad de Esmeraldas, mantuvo y cumplió el objetivo general de analizar la calidad del servicio que brinda el personal del Hotel Perla Verde de Esmeraldas. En este trabajo investigativo se pudo diagnosticar o de auscultar las debilidades o deficiencias que mantienen los procesos administrativos en el Hotel Perla Verde, los cuales impiden desarrollar una gestión calidad en cada una de sus áreas, repercutiendo colateralmente en la atención y servicio al cliente que visita asiduamente. En el contexto del desarrollo de este trabajo investigativo, se utilizó

método descriptivo, exploratorio, científico inductivo-deductivo, los cuales permitieron establecer reglas y obtener resultados a través del proceso que lo caracteriza. En la investigación de campo varios colaboradores manifestaron con el 53% que no cumplen a cabalidad los colaboradores del Hotel Perla Verde, los procedimientos previstos para ejecutar el servicio con calidad, por cuanto no existe un control riguroso por parte de los directivos. Como conclusión, el factor preponderante que ha repercutido en la entrega de un servicio de alta calidad se ha originado por el escaso nivel de compromiso; además, existe una limitada actuación de los colaboradores con responsabilidad para cumplir con los tiempos estimados.

**Castilla, G. (2017)**, en su Artículo “*Evaluación de la Calidad en Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje*”, el objetivo del artículo es identificar los factores principales para evaluar la gestión de la calidad en establecimientos de alojamiento y hospedaje. Para ello, se realizó una revisión bibliográfica del concepto de calidad, la descripción de modelos y la normativa existente en Colombia, revisión que se acompañó con una consulta a expertos del sector público, privado y académico para identificar las dificultades, fortalezas y oportunidades que a juicio de los entrevistados tiene el sector. Finalmente, se propusieron 9 temas de interés y 31 factores críticos de éxito que permitirán a las empresas adelantar programas y planes de mejoramiento con fines de certificación.

**Beraún B., M. (2017)**, en su Tesis “*Percepción de la Calidad del servicio de un hotel tres estrellas en el distrito de Independencia, 2016*”, la investigación tiene como objetivo principal realizar la propuesta de mejora de la calidad de servicio



de un hotel tres estrellas en el distrito de Independencia, 2016. Esta variable se ha evaluado en base a dos instrumentos, una encuesta realizada a los clientes y una entrevista a la administradora del hotel.

El estudio se realizó con una población de 100 huéspedes que visitaron el hotel ya sea para una estancia corta o larga. Dicha investigación se empleó bajo el enfoque cuantitativo y cualitativo de diseño no experimental – transversal. Los datos fueron recogidos mediante encuestas aplicadas a la población (100 clientes), los datos fueron procesados mediante el paquete estadístico para las ciencias sociales (SPSS) versión 23.00 y sometida a validación y confiabilidad a través de la aplicación del coeficiente de correlación, el alfa de cronbach.

Los resultados se analizaron en base a la variable calidad de servicio, mediante el estudio se pudo encontrar el nivel de la calidad de servicio. Luego del estudio realizado se proporciona una propuesta de mejora apoyado en diferentes estrategias tanto administrativas como estrategias de marketing cuya finalidad de que cliente obtenga un servicio de calidad. Dicha propuesta es apoyada a través del correcto uso de las herramientas administrativas de planeación, organización, dirección y control.

**Barrientos S., C. (2017)**, en su *Tesis “Plan de mejora organizacional como factor determinante de la calidad de servicio del Hotel Perú Pacífico en Jesús María, 2017”*; en la presente investigación se expone la finalidad de proponer un Plan de mejora organizacional como factor determinante de la calidad de servicio del Hotel Perú Pacífico en Jesús María – 2017, que permita al colaborador brindar un buen servicio al huésped.

Considerando que el índice de competitividad en el rubro presenta mayor participación cada año, es por ello que se decidió crear un Manual de Calidad de Servicio interno, orientado a las empresas dedicadas al rubro de establecimientos de hospedaje específicamente a hoteles de categoría 2 estrellas, sobre cómo establecer acciones estandarizadas dentro del servicio ofrecido, que permita una relación de valorar con sus clientes en base al empleo de herramientas y criterios mínimos de calidad.

La investigación utilizó el sintagma holístico que emplea la teoría del enfoque mixto, específicamente de tipo aplicado – proyectivo, debido a que estas teorías facilitaron la creación de una propuesta donde se apliquen los fundamentos teóricos para dar solución a los problemas de calidad de servicio interno correspondiente en el rubro hotelero específicamente a la categoría 2 estrellas.

Se construyó un manual de calidad de servicio interno de mejora continua con procedimientos específicos y necesarios para que los colaboradores desarrollen su gestión diaria, y los oriente a ejecutar sus actividades enfocadas en la consecución de los objetivos del hotel.

**Ballón C., S. (2016);** en su tesis; *“Evaluación en la Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en los Hoteles de Dos y Tres Estrellas de la Ciudad de Abancay”*; el principal objetivo de esta investigación es analizar las variables de la calidad de servicio que influyen en la satisfacción al cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay. Para medir las variables de la calidad de servicio, se recolectó la data utilizando un cuestionario del modelo SERVPERF, que fue adaptado según al contexto; constó de 20 ítems, y un ítem

para medir la satisfacción al cliente. Se encuestó a 431 turistas nacionales y extranjeros que se hospedaron en los hoteles de dos y tres estrellas.

Luego, analizó la data con el programa estadístico SPSS, donde utilizó el análisis factorial, análisis de fiabilidad, estadística descriptiva y estadística inferencial. De los 431 encuestados, el 43.4% fueron a los hoteles de 2 estrellas y 56.6% al de 3 estrellas. El 34.6% de los encuestados son mujeres y el 65.4%, varones. Así también, a través del análisis factorial se identificó tres variables de la calidad de servicio: “elementos tangibles”, “capacidad de respuesta” y “empatía”; de los cuales influyeron en la satisfacción al cliente.

**Lara, R. (2016)**, en su Tesis *“Evaluación de la calidad del servicio del hotel “Buenos Aires” de la ciudad de nuevo Chimbote, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, 2014”*, La investigación realizada tuvo como objetivo evaluar la calidad del servicio del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas en el año 2014. La investigación fue cualitativa y cuantitativa, de nivel descriptivo, con un diseño de caso único transversal. La información presentada referente al hotel “Buenos Aires” fue obtenida a través de técnicas de investigación como la observación y la entrevista. La recolección de datos se dio en tres etapas: la primera consistió en la entrevista al gerente general de la empresa, quien proporcionó datos respecto a la historia, organización, oferta y demanda de la empresa; en la segunda etapa se aplicaron las encuestas a todo el personal de la empresa, que está conformado por 20 personas, con el fin de obtener un perfil del personal; y en la tercera etapa se aplicaron cinco guías de observación con el fin de evaluar la calidad de servicio en base al cumplimiento de estándares derivados

de las buenas prácticas, referidos a la gestión administrativa, al equipamiento y la infraestructura, la gestión del servicio, la gestión medioambiental y la gestión sociocultural. El hotel “Buenos Aires” es una empresa con más de 20 años en el mercado, cuya oferta está dirigida al sector corporativo; los resultados obtenidos en la investigación mostraron que el hotel “Buenos Aires” cumple con el 81,3% de los 284 estándares evaluados; sin embargo es necesario mejorar aspectos en la gestión administrativa y la gestión medioambiental para asegurar un servicio de calidad y con ello la satisfacción de los clientes.

**Cueva T., V. (2015)**, en su Tesis *“Evaluación de la calidad percibida por los clientes del Hotel Los Portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones”*, persigue un doble objetivo. En primer lugar dar a conocer la escala SERVQUAL, una nueva metodología para medir la calidad de servicio, muy utilizada en el mundo de servicios pero poco aplicada en nuestro país. Y en segundo lugar, aplicar dicha metodología a una típica empresa de servicios, de modo que se pueda determinar el grado de satisfacción de los clientes y pueda servir de herramienta a los directivos para implementar prácticas de mejora.

En este sentido, primero se introducen los conceptos de calidad, servicio y calidad de servicio. Aunque existen numerosas definiciones de calidad de servicio, la mayoría de ellas se centran en alcanzar las necesidades y los requerimientos de los consumidores y conocer hasta qué punto el servicio prestado alcanza sus expectativas. Entonces, entendemos que el conocimiento, tanto de las percepciones como de las expectativas de los clientes, debe ser el punto de partida de una investigación que pretenda medir la calidad de servicio percibida.

Bajo esta premisa, se eligió al modelo SERVQUAL, el cual define la calidad de servicio como la brecha existente entre las expectativas y percepciones que tiene el cliente antes y después de recibir el servicio. Cuando más positiva sea esta brecha, se podrá concluir que se está satisfaciendo correctamente las expectativas del cliente, y en muchos casos, los resultados demuestran que no sólo se satisfacen esas características buscadas en un cierto servicio, sino que se le logra sorprender al cliente, que en términos de servicio, es lo que permite fidelizarlo.

En esta tesis, no sólo se pretende introducir el modelo de una forma teórica sino también de manera empírica. Se elige como objeto de análisis al hotel Los Portales de Piura, dado que hoy en día este servicio se está desarrollando exponencialmente en nuestro país, y servirá de guía para futuras investigaciones en el rubro hotelero, así como en cualquier otro servicio, siempre y cuando se adecuen correctamente las características que presente el servicio que se va a estudiar.

Lo más interesante de este modelo es la forma gráfica y clara de presentar los resultados obtenidos luego de aplicarlo, lo que permite a los directivos tomar decisiones rápidas y enfocarse en las características que verdaderamente influyen en la satisfacción total del cliente al recibir un cierto servicio.

Finalmente detallaremos las conclusiones a las que se ha llegado en el estudio, así como las recomendaciones que se han elaborado como resultado de la investigación y de la interacción con los clientes.

**López C., R. (2018)**, en su Tesis *“Gestión de la Calidad y Servicio al Cliente en los Hoteles de Playa de Tres Estrellas del Distrito de Zorritos, Tumbes 2018”*,

tiene como objetivo demostrar la influencia de la gestión de la calidad en el servicio al cliente en los hoteles de playa de tres estrellas del distrito de zorritos, Tumbes 2018. Fue realizada en dos hoteles del distrito mencionado y teniendo como muestra a 70 clientes y dos administradores, uno por cada hotel; se caracteriza por ser una investigación de tipo aplicada, con nivel descriptivo y diseño no experimental, porque se basa en dar solución práctica a un problema real, describiendo hechos y asimismo analiza la situación problemática investigada. Para ello se aplicó el cuestionario a clientes y administradores de tal manera que nos permita contrastar la información recolectada y conocer con el análisis posterior la influencia de la gestión de la calidad sobre el servicio al cliente.

De los resultados obtenidos, los elementos tangibles resaltan por los espacios adecuados para la atención del cliente, a esto le complementa el buen trato del personal del hotel, logrando que los clientes se sientan cómodos durante el tiempo de estadía; sin embargo, se conoce poco de los clientes y es difícil centrar el servicio hacia sus necesidades y deseos, por lo que se recomienda trabajar en mejorar la capacidad de respuesta en la solución de problemas y realizar estudios que permita conocer la realidad interna de la empresa para llevar a cabo una mejor gestión, interactuar más con el cliente en todo el proceso de servicio con el fin de que la calidad sea vista en todas las actividades y servicios que ofrecen los hoteles.

**Noel P. M. y Serna F. Y. (2017)**, en su Tesis “*Gestión del Talento Humano y la Calidad del Servicio en Hoteles Tres Estrellas del Distrito de Zorritos – 2015*”, tiene por objetivo determinar cómo es la gestión del talento humano y la calidad

del servicio en hoteles tres estrellas del distrito de Zorritos 2015. Durante todo el proceso de investigación la muestra fue de 165 visitantes (turistas), 25 colaboradores (trabajadores) y 2 gerentes, siendo una investigación de tipo aplicada y nivel descriptivo, debido a que analiza y logra caracterizar el Talento Humano para determinar la incidencia en la calidad del servicio y aplicando la técnica del cuestionario, bajo la modalidad de encuestas directas a los gerentes y trabajadores respecto de la Gestión del Talento Humano y a los clientes para medir el nivel de satisfacción en la calidad del servicio.

De los resultados obtenidos, es importante resaltar que la gestión del talento humano es un factor crítico a la hora de mantener una ventaja competitiva y tener éxito en el mercado; por lo que se recomienda generar un reclutamiento interno, practicar una comunicación abierta y participativa y una atención adecuada a las necesidades más personales del talento humano.

**Angulo V. M. y Tineo T. A. (2018)**, en su Tesis de Bachiller *“Evaluación de la calidad del servicio del hotel “Casa César” de Tumbes, utilizando estándares de las buenas prácticas, durante el año 2014”*, tuvo como objetivo general evaluar la calidad del servicio del Hotelería “casa cesar” de la ciudad de Tumbes utilizando estándares derivados de las buenas prácticas. La investigación fue de tipo cualitativo-cuantitativo, de nivel descriptivo, con un diseño de caso único transversal. La información presentada referente al Hotel “Casa cesar” fue obtenida a través de técnicas e instrumentos de investigación como la observación y la entrevista y la aplicación de cuestionarios. La recolección de datos se dio en tres etapas: La primera consistió en la entrevista a la administradora de la empresa, quien proporcionó datos respecto a la historia,

organización, oferta y demanda de la empresa; en la segunda etapa, se aplicaron los cuestionarios a todo el personal de la empresa con el fin de obtener un perfil del personal; y en la tercera etapa, se aplicaron cinco guías de observación con el fin de evaluar la calidad de servicio en base al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas, referidos a la gestión administrativa, el equipamiento y la infraestructura, la gestión del servicio, la gestión medioambiental y la gestión sociocultural. Del Hotel “El Casa cesar” es una empresa sólida con 25 años en el mercado, orientado a la oferta de sus habitaciones brindando un confort y sentirse cómodos como si estuvieran en casa, su pintura es color blanco la decoración de los cuadros con referente al manglar; con relación al perfil del personal se ha determinado que éste no cuenta con una preparación formal, pero la empresa lleva a cabo estrategias como capacitaciones para garantizar un buen servicio , más aún porque provienen de su misma carrera turístico . Los resultados obtenidos en la investigación mostraron que en términos generales, el Hotel “Casa cesar” cumple con el 81% de los estándares evaluados, lo que hace que la calidad que la empresa brinda a sus clientes sea buena, sin embargo existen muchos aspectos por mejorar en la gestión administrativa, la gestión medioambiental y socio cultural.

**Angulo V., M. y Palacios O., J. (2018)**, en su Tesis *“Evaluación de la calidad del servicio del hotel “Rizzo” de la ciudad de Tumbes utilizando estándares derivados de las buenas prácticas”*. La investigación fue de tipo cualitativo-cuantitativo, de nivel descriptivo, con un diseño de caso único transversal. La información presentada referente al hotel “Rizzo” fue obtenida a través de técnicas e instrumentos de investigación como la observación y la entrevista y la



aplicación de cuestionarios. La recolección de datos se dio en tres etapas: La primera consistió en la entrevista a la gerente general de la empresa, quien proporcionó datos respecto a la historia, organización, oferta y demanda de la empresa; en la segunda etapa, se aplicaron los cuestionarios a todo el personal de la empresa con el fin de obtener un perfil del personal; y en la tercera etapa, se aplicaron cinco guías de observación con el fin de evaluar la calidad de servicio en base al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas, referidos a la gestión administrativa, el equipamiento y la infraestructura, la gestión del servicio, la gestión medioambiental y la gestión sociocultural. El hotel “Rizzo” es una empresa sólida con 1 año en el mercado, orientado a la oferta de comida fusión; con relación al perfil del personal se ha determinado que éste no cuenta con una preparación formal, pero la empresa lleva a cabo estrategias como capacitaciones para garantizar un buen servicio. Los resultados obtenidos en la investigación mostraron que en términos generales, el hotel “Rizzo” cumple con el 50% de los estándares evaluados, lo que hace que la calidad que la empresa brinda a sus clientes sea buena, sin embargo existen muchos aspectos por mejorar en la gestión administrativa, la gestión medioambiental y socio cultural.

**Cornejo G. Y. (2018):** en su tesis *“Evaluación de la calidad del servicio del hotel El Murique de Zorritos, Contralmirante Villar de la ciudad de Tumbes, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2018”*, se basa principalmente en el objetivo general, el mismo que consiste en evaluar la calidad de servicio del hotel “El Murique” distrito Zorritos, Provincia Contralmirante Villar de la ciudad de Tumbes, en base al cumplimiento de los Estándares derivados de las buenas prácticas. Esta investigación fue tipo cuantitativo, de nivel

descriptivo, con un diseño de caso único transversal. La información que se muestra en la presente investigación fue recolectada a través de instrumentos y técnicas de investigación los mismos que fueron la observación, entrevista y encuestas. Se aplicaron y utilizaron cinco guías de observación a fin de evaluar la calidad de servicio en base al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas, con relación a la gestión administrativa, el equipamiento y la infraestructura, la gestión del servicio, la gestión medioambiental y la gestión sociocultural. Como resultados generales se obtuvo que, el hotel “El Murique” cumple con el 74,00% de los estándares evaluados, lo que determina que la empresa brinda una buena calidad a sus clientes, sin embargo, también se observa que en muchos aspectos faltan mejorar como son en la gestión administrativa y la gestión socio cultural.

## **2.2. BASES TEORICAS Y CONCEPTUALES**

### **2.2.1. CALIDAD**

#### **2.2.1.1.DEFINICIÓN**

La calidad puede definirse como; la satisfacción de un consumidor, utilizando para ello adecuadamente los factores, humano, económico, administrativo y técnico, de tal forma que se logre un desarrollo integral y armónico del hombre, de la empresa y la comunidad.

La calidad incluye todas las funciones y frases que intervienen en la vida de un producto o servicio. Pone en juego todos los recursos necesarios para la prevención de los errores involucrando a todo el personal, teniendo en cuenta la totalidad de las necesidades de los clientes con el objetivo final de la satisfacción de sus necesidades y expectativas.

La calidad es fundamental para toda organización, ya que es el sello de garantía que la empresa ofrece a sus clientes, es el medio para obtener los resultados planeados, proporcionando satisfacción al consumidor como a los miembros de la organización en términos de rentabilidad e imagen frente a sus competidores.

En la empresa que venden servicios, la calidad del producto consiste en los aspectos tangibles y cuantificables del servicio que a su vez también generan satisfacción.

Ahora bien, si la calidad del producto “lo que se recibe”, la calidad del servicio se refiere “al modo como lo recibe”.

Por último, para poder definir el concepto de calidad de servicio se deberá destacar la importancia del cliente (persona con necesidades y preocupaciones,

que no siempre tiene la razón, pero que siempre tiene que estar en primer lugar en la visión del negocio) (Gómez, 1991).

La calidad de servicio se describe como intangible. Por eso a menudo es más difícil medir que la calidad del producto, pero en conclusión la calidad en sus diferentes enfoques es fundamental para crear satisfacción.

La calidad en el servicio se define como el resultado de un proceso de evaluación donde el consumidor compara sus expectativas frente a sus percepciones. Es decir, la medición de la calidad se realiza mediante la diferencia del servicio que espera el cliente, y el que recibe de la empresa.

#### **2.2.1.2. Expectativa.**

El servicio de alojamiento al igual que las demás empresas del sector turismo comparte una serie de características.

Las expectativas son las creencias sobre la entrega del servicio, que sirven como estándares o puntos de referencia para juzgar el desempeño de la empresa. Es lo que espera el cliente de un servicio, y éstas son creadas por la comunicación, por la experiencia de otras personas en el servicio.

El nivel de expectativa puede variar con amplitud, dependiendo del punto de referencia que tenga el cliente. Además las expectativas son dinámicas y pueden cambiar con rapidez en el mercado altamente competitivo y volátil.

#### **2.2.1.3. Percepción.**

La percepción es cómo valoran las personas los servicios. Es decir, como las reciben y evalúan los servicios de una empresa.

Las percepciones están enlazadas con las características o dimensiones de la calidad del servicio que son; confiabilidad, seguridad, sensibilidad, empatía, y elementos tangibles.

En el blog Winhotel; se exponen las características del sector hotelero; entre ellos tenemos las siguientes:

#### **2.2.1.3.1. Intangibilidad.**

El producto turístico se suele caracterizar por ser un servicio y, como tal, tiene una parte importante de elementos intangibles, pero también posee partes tangibles. Dada la importancia de la parte intangible, para aplicar las técnicas del marketing a los servicios, éstos se tienen que tangibilizar. Una consecuencia directa de la intangibilidad es que no se puede transmitir la propiedad de los productos turísticos, sino que lo que se transmite es su uso y como mucho la posesión, y en ocasiones ni siquiera se posee. Esta característica implica que el producto comprado sea único, así, al contrario de los productos tangibles, de una estancia vacacional tan sólo queda el recuerdo. Además, la intangibilidad supone que los consumidores no estén seguros de lo que compran ni de lo que realmente obtendrán cuando consuman lo que adquieren. Por ello, los que pretenden contratar los servicios de un determinado paquete turístico buscarán información previa referida a dicho paquete, de forma que si bien no desaparezca la incertidumbre, sí se reduzca lo máximo posible: de ahí la importancia de tangibilizar los servicios.

#### **2.2.1.3.2. Caducidad.**

Los productos turísticos no son almacenables, por lo que o se consumen en el momento programado o se pierden. Esta caducidad, afecta a la industria hotelera

de forma que se debe optar, por vender a ritmo de mercado (vender directamente al público), o vender con antelación (a través de intermediarios). Precisamente, el overbooking es una consecuencia de la caducidad. Por lo tanto la caducidad de los servicios turísticos es una característica inherente a los mismos que se debe tener presente, e intentar contrarrestar.

#### **2.2.1.3.3. Agregabilidad.**

El producto turístico se puede formar de la agregación de varios productos, lo cual dificulta su comercialización como en el control de la calidad. Esto implica que los precios pueden variar eliminando o agregando servicios al paquete ya existente, creándose así nuevos productos.

Heterogeneidad: Como ya hemos comentado, la agregabilidad supone una dificultad para controlar que todas las fases estén a un mismo nivel de excelencia, es más, un fallo en un aspecto puede afectar a todo el producto. No obstante, esta misma cualidad permite en muchas ocasiones confeccionar productos “a medida”, aunque estén más o menos estandarizados de antemano, por lo que cabría hablar de “estandarización heterogénea”, y no sólo se individualiza el producto de forma consciente sino que un viaje será distinto de otro aun teniendo las mismas características.

#### **2.2.1.3.4. Inseparabilidad.**

Cuando se produce un servicio, este es consumido inmediatamente en un tiempo determinado a diferencia del bien terminado los cuales se producen, se almacenan, se venden para finalmente ser consumidos. Al producirse la prestación del servicio tanto el prestador como el cliente están presentes durante

el mismo, produciéndose el intercambio de experiencias entre el prestador del servicio y el cliente, lo cual es una parte importante de rendimiento a fin.

Presentación del Personal: Los factores que involucran a la calidad en las prestaciones turísticas son las personas a través de su interacción diaria con los huéspedes serán los medios por el cual la organización ofrezca el nivel de servicios esperado, resulta fundamental el análisis del factor humano de la organización, puesto que un empleado desaliñado o desmotivado y con poco entrenamiento escasamente logre los niveles exigidos. Por lo tanto es importante el análisis de la presentación personal, la capacitación y la motivación que reciben los colaboradores tanto de recepción, housekeeping, restaurante, bar, etc. (Chacaltana L. y Silva P., 2013).

Por su parte el autor Adrián, V. (2011) en su Tesis: “Diseño de Operaciones y Determinación de los Indicadores de Calidad del Hotel Río Verde de la Universidad de Piura, Perú” concluye que “... entre todas las características de los estándares, la presentación del personal es la característica más importante para los clientes”.

#### **2.2.1.3.5. Variabilidad.**

El servicio es variable porque de acuerdo al desempeño del personal varía cada día, y no es posible estandarizar los servicios. La estabilidad y uniformidad de su calidad depende generalmente de estadísticos como la demografía, aspectos sociales y económicos, psicológicos del comportamiento del consumidor y proveedores. Se puede decir que los servicios son en gran medida variables, dependiendo de quién los brinda, de cómo lo realiza, de cuándo y dónde se presta.

Por lo que se puede deducir que la prestación de un servicio, varía de un proveedor a otro y también de un consumidor a otro.

#### **2.2.1.3.6. Perecibilidad.**

A diferencia de los productos terminados, los servicios no pueden almacenarse para consumirlos más adelante, los servicios pueden ofrecerse en fechas y horarios cuando sean demandados o mejor dicho utilizados. De allí, que los servicios muchas veces la reserva se paga por adelantado, porque una vez reservados y de no llegar a ser utilizados por el cliente; simplemente se pierden. Otra característica es que al adquirirse y consumirse es momentáneo y no hay transferencia de la propiedad; el uso es temporal de acuerdo al acuerdo pactado entre el servicio y el cliente.

Simultaneidad de producción y consumo: Mientras que los productos en general, son fabricados, comprados y posteriormente consumidos, los productos turísticos, son primero, comprados, y en segundo lugar son producidos y consumidos simultáneamente. Esto implica que los servicios no se pueden separar de aquellos que los prestan, por lo que no se trae el producto al consumidor, sino que se lleva el consumidor a donde está el producto. De ahí la importancia del componente humano en la prestación de los servicios.

Y lo más importante es el tiempo del servicio: El tiempo de servicio debe ser mínima, como el tiempo de espera de atención al cliente.

**Barrientos (2017);** explica que la calidad de servicio es una pieza fundamental para aquellas organizaciones que quieran fijar su visión y obtener un posicionamiento. En la actualidad, se puede observar que el atributo que contribuye a que una organización logre un posicionamiento es la opinión de los



clientes sobre el servicio que reciben. De esta manera, se hace obvio que la organización deberá satisfacer todas las necesidades y expectativas del cliente para que éste se forme una opinión positiva; eso es lo que se llama calidad de servicio. Asimismo; explica que existen muchas teorías para evaluar la calidad del servicio; siendo la más representativa es la teoría del Modelo SERVQUAL.

#### **2.2.1.4. SERVQUAL**

Es un cuestionario con preguntas estandarizadas para la Medición de la Calidad del Servicio, herramienta desarrollada por Valerie A. Zeithaml, A. Parasuraman y Leonard L. Berry desarrollado en los Estados Unidos con el auspicio del Marketing Science Institute y validado a America Latina por Michelsen Consulting con el apoyo del nuevo Instituto Latinoamericano de Calidad en los Servicios. El Estudio de Validación concluyó en junio de 1992.

El Modelo Servqual, desde sus orígenes, es una de las herramientas que más se ha utilizado para analizar la calidad de servicio analizando dimensiones departamentales. De esta forma, aparte de cuantificar el servicio general que presta la empresa de servicios, también se puede obtener la calidad de servicio que presta un determinado departamento o área funcional. Con esta herramienta se pueden comparar todos los cambios que se van produciendo tanto en las expectativas como en las percepciones, sin olvidar que el fin último es establecer un plan de mejora o una línea de actuación a seguir. También permite realizar un análisis comparativo con nuestros competidores para establecer el posicionamiento de la empresa dentro del sector.

A pesar de ser un estándar en la literatura, esta escala también ha sido sometida a una serie de críticas en investigaciones posteriores. Estas críticas han

servido a los autores a depurar de forma dinámica la herramienta de análisis (Gil Saura, 1995). Algunos de los temas que más controversia han suscitado son los siguientes: (1) la necesidad de medir las expectativas; (2) las limitaciones del modelo de diferencias entre expectativas y percepciones; (3) el problema de la dimensionalidad de la escala; (4) la interpretación de los estándares de expectativas; (5) y, por último, la operatividad de dicho estándar, así como la evaluación de métodos alternativos de medición basados en los resultados.

Respecto a la necesidad de medir las expectativas, algunos autores plantean que no hace falta medir las expectativas para demostrar la calidad de los servicios, sino que la calidad percibida depende exclusivamente de las intenciones de compra de los consumidores (Babakus y Mangold, 1992; Cronin y Taylor, 1992, 1994). Cronin y Taylor (1992); investigaron la relación entre calidad de servicios, la satisfacción del consumidor y las intenciones de compra, y proponen un modelo basado en la calidad de los servicios como indicador de los resultados -SERVPERF. Este instrumento se compone de los mismos epígrafes que SERVQUAL pero sólo se utiliza para medir las percepciones o los resultados del servicio.

Respecto a las diferencias que existen entre las expectativas y las percepciones, existe suficiente evidencia empírica de que pueden aparecer estructuras factoriales inestables de una aplicación a otra, de que la información adicional generada por la calidad percibida con respecto a la experimentada puede ser escasa ya que, por motivos psicológicos, las expectativas de calidad son siempre superiores a las puntuaciones de la calidad experimentada (Babakus y Boller, 1992; Getty y Thompson, 1995). Además, se ha criticado la estructura de

la herramienta por su escaso carácter práctico, que tiene su origen en la dificultad de comprensión de un cuestionario con dos baterías de preguntas, una para las expectativas de calidad y otra para la calidad experimentada (Carman, 1990). Para resolver este problema, se propone la aplicación del cuestionario de las expectativas de calidad a la entrada del servicio y, una vez que el cliente ha experimentado el servicio, se le puede hacer la batería de la calidad experimentada.

#### **2.2.1.4.1. Dimensiones del Modelo Servqual**

El modelo Servqual agrupa cinco dimensiones para medir la calidad del servicio (ZEITHAML, BITNER y GREMLER, 2009):

- **Fiabilidad:** Se refiere a la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Es decir, que la empresa cumple con sus promesas, sobre entregas, suministro del servicio, solución de problemas y fijación de precios.
- **Sensibilidad:** Es la disposición para ayudar a los usuarios y para prestarles un servicio rápido y adecuado. Se refiere a la atención y prontitud al tratar las solicitudes, responder preguntas y quejas de los clientes, y solucionar problemas.
- **Seguridad:** Es el conocimiento y atención de los empleados y sus habilidad para inspirar credibilidad y confianza.
- **Empatía:** Se refiere al nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes. Se debe transmitir por medio de un servicio personalizado o adaptado al gusto del cliente.

- **Elementos tangibles:** Es la apariencia física, instalaciones físicas, como la infraestructura, equipos, materiales, personal.
- **Modelo de las brechas.** Las brechas que proponen los autores del Servqual como Parasuraman, Zeithaml, y Berry; indican diferencias entre los aspectos importantes de un servicio, como los son las necesidades de los clientes, la experiencia misma del servicio y las percepciones que tienen los empleados de la empresa con respecto a los requerimientos de los clientes. A continuación se presentan las 5 brechas que proponen los autores de Servqual:
  - **Brecha 1:** Diferencia entre las expectativas de los clientes y las percepciones de los directivos de la empresa. Si los directivos de la organización no comprenden las necesidades de los clientes, difícilmente podrán impulsar y desarrollar acciones para lograr la satisfacción de esas necesidades y expectativas.
  - **Brecha 2:** Diferencia entre las percepciones de los directivos y las especificaciones de las normas de calidad. El factor que debe estar presente para evitar esta brecha es la traducción de las expectativas, conocida a especificaciones de las normas de la calidad del servicio.
  - **Brecha 3:** Discrepancia entre las especificaciones de la calidad del servicio y la prestación del servicio. La calidad del servicio no será posible si las normas y procedimientos no se cumplen.
  - **Brecha 4:** Discrepancia entre la prestación del servicio y la comunicación externa. Para el Servqual, uno de los factores claves en la formación de las expectativas, es la comunicación externa de la

organización proveedora. Las promesas que la empresa hace, y la publicidad que realiza afectará a las expectativas.

- **Brecha 5:** Es la brecha global. Es la diferencia entre las expectativas de los clientes frente a las percepciones de ellos.

Las 5 brechas mencionadas permitieron detectar los aspectos en los que está fallando la empresa, ya sea en la seguridad, capacidad de respuesta, fiabilidad y elementos tangibles, y permitieron a la empresa tomar las medidas correctas para eliminar estas brechas y aumentar la calidad en el servicio de las empresas de publicidad.

#### **2.2.1.5. Alfa de Cronbach**

El modelo Servqual implica el cálculo de alfa de Cronbach, que es el valor que demuestra que las encuestas se encuentran libres de errores aleatorios. El alfa de Cronbach permite cuantificar el nivel de fiabilidad de una escala de medida para la magnitud inobservable construida a partir de las “n” variables observadas.

Para valores inferiores a 0,6 se considera que los ítems tienen baja fiabilidad, y para valores de 0,6 a 1 se considera que los ítems tienen alta fiabilidad.

En el Modelo Servqual también se deben calcular la media y la desviación típica. La media se calcula para conocer las posibles coincidencias en actitudes que presentan los clientes ante el servicio. La desviación típica se calcula para conocer las variaciones que existen entre los clientes respecto a la percepción que cada uno tiene sobre el servicio (Zeithaml, Parasuraman y Berry, 2004).

**Angulo, C. (2015);** en su Tesis “Evaluación de la calidad percibida por los clientes del Hotel Los Portales a través del análisis de sus expectativas y

percepciones-2015”, explica que la elevada complejidad que presentan los servicios, tiene como origen el amplio número de dimensiones que presentan, hace que se hayan desarrollado innumerables clasificaciones, atendiendo a criterios muy diversos. Por eso, encontrar una clasificación universal de los servicios es casi imposible, es muy subjetivo y cuestionable; cualquier clasificación que se haga es incompleta debido a que son más complejos que los productos. Así tenemos:

**Por el comportamiento del consumidor. Copeland (1923) y Grande (2000).** La clasificación originalmente desarrollada por Copeland (1923) y posteriormente depurada por Bucklin (1963) es actualmente una de las más aplicadas. Grande (2000) parte de este criterio para desarrollar su propio esquema de clasificación y divide a los servicios en 5 categorías, las cuales se resumen en la Tabla 1.

### **2.2.2. MYPES**

La ley N° 30056 de las MyPes, ley que modifica la antigua Ley N° 28015. Es una norma dada por el estado peruano con el único objetivo de impulsar la competitividad y promocionar el desarrollo de las micro y pequeñas empresas, como también lograr la formalización de estas, por eso, esta modificación cuenta con beneficios laborales y tributarios para poyar el crecimiento y generación de nuevas fuentes de empleo, aportando así al PBI del país. La ley 28015 en su artículo 2° define a las MyPes como una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica. La actual ley se dio bajo el Decreto Supremo N° 013-2013-PRODUCE, mediante esta ley se aprobó el TUO de la ley de impulso al

desarrollo productivo y al crecimiento empresarial. Las micro, pequeñas y medianas empresas deben estar entre las categorías empresariales: Microempresas deben tener ventas anuales de 150 UIT (S/.592,500); Pequeña empresa deben tener ventas anuales por arriba de los 150 UIT (S/.592,500) y como máximo 1700 UIT (S/.6`715,000); y la Mediana Empresa deben tener ventas anuales superiores a 1700 UIT (S/.6`715,000) y como máximo 2300 UIT (S/.9`085,000). La ley 30056 elimina el número máximo de trabajadores como uno de los factores de calificación de las MyPes.

### **III. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION**

Dicho por *Fidias (2012)* no todas las investigaciones tienen hipótesis, ya que en los donde se van a describir ciertos conceptos o variables no se puede establecer hipótesis. Este estudio no se aplica hipótesis.



## **IV. METODOLOGIA**

### **4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El estudio fue de tipo descriptiva, su proyecto es describir realidades, hechos, fenómenos, buscando especificar sus características. *(Rodríguez, 2010)*

### **4.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN**

La investigación fue de nivel cualitativo, porque confirma la obtención de datos son manipuladores. *(Bernal, 2010)*

### **4.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

La investigación es de diseño no experimental dado que los datos se obtienen en un solo momento, no se manipulan y presentan la realidad. El diseño de la investigación será no experimental descriptivo, de corte transversal. *(Bernal, 2010)*.

Donde:

Donde:

**M:** muestra conformada por los “Clientes de las hospedaje.”

**O:** Observación de la variable: “Gestión de calidad y Satisfacción al cliente.”

**M**      **→**      **O**

### **4.4. DEFINICIÓN DE VARIABLE Y OPERACIONALIZACIÓN**

**Cuadro 01.** Operacionalización de las variables.

Variable	Dimensión	Sub Dimensión	Indicadores	Ítem	Medición
Calidad del Servicio	Fiabilidad	Interés por el huésped.	Cinco indicadores	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cuando promete hacer algo en cierto tiempo, lo debe cumplir.</li> <li>2. Cuando el huésped tiene un problema, la empresa debe mostrar un sincero interés en resolverlo.</li> <li>3. La empresa, debe desempeñar bien el servicio por primera vez.</li> <li>4. La empresa debe proporcionar sus servicios en el momento en que promete hacerlo.</li> <li>5. La empresa debe insistir en registros libres de error.</li> </ol>	Cumple/ No cumple
Calidad del Servicio	Sensibilidad	Disposición de servicio.	Cuatro indicadores	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La empresa debe mantener informados a los clientes con respecto a las tarifas y los servicios que ofrece.</li> <li>2. Los empleados de la empresa deben dar un servicio rápido.</li> <li>3. Los empleados, deben estar dispuestos a ayudar al huésped.</li> <li>4. Los empleados de la empresa, nunca deben estar demasiado ocupados para ayudarles.</li> </ol>	Cumple/ No cumple
Calidad del Servicio	Seguridad	Cuidado de la integridad del huésped	Cuatro indicadores	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El comportamiento de los empleados, debe infundir confianza en el huésped.</li> <li>2. El huésped debe sentirse seguro en las instalaciones del Establecimiento.</li> <li>3. Los empleados, deben ser corteses de manera constante con el huésped.</li> <li>4. Los empleados de la empresa deben tener conocimiento para responder a las preguntas de los huéspedes.</li> </ol>	Cumple/ No cumple
Calidad del Servicio	Empatía	Atención esmerada al huésped.	Cinco indicadores	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La empresa debe dar atención individualizada a los huéspedes.</li> </ol>	Cumple/ No cumple

Variable	Dimensión	Sub Dimensión	Indicadores	Ítem	Medición
				<p>2. La empresa debe tener empleados que den atención personalizada a cada uno de los huéspedes.</p> <p>3. La empresa debe preocuparse de sus mejores intereses.</p> <p>4. Los empleados deben entender las necesidades específicas de sus Huéspedes.</p> <p>5. La empresa debe tener horarios de atención convenientes para todos sus huéspedes.</p>	
Calidad del Servicio	Elementos tangibles.	Comodidad al huésped	Cuatro indicadores	<p>1. La empresa debe tener equipos de aspecto moderno y cómodo.</p> <p>2. Las instalaciones físicas del establecimiento, deben ser atractivas y cómodas.</p> <p>3. Los empleados del establecimiento deben verse pulcros.</p> <p>4. Los materiales asociados con el servicio, deben ser limpios, pulcros, visualmente atractivos para el huésped.</p>	Cumple/ No cumple
		Atención al Huésped	Tres indicadores	<p>1.- Escucha efectiva al huésped.</p> <p>2.- Inmediata solución al problema o queja.</p> <p>3.- Servicio inmediato.</p>	Cumple/ No cumple

**FUENTE:** Elaboración propia.

#### 4.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

##### **Población**

Para una mayor asertividad se tomó como universo la totalidad de los Establecimientos de Hospedaje registrados al año 2019; en la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo- DIRCETUR, ubicados en el Distrito de Canoas de Punta Sal.

Para realizar la encuesta sobre el cumplimiento de estándares se tomó como referencia el promedio de visitas de clientes a los Establecimientos de Hospedaje del Distrito de Canoas de Punta Sal al 2019.

##### **Muestra**

La muestra estuvo representada por el resultado obtenido al aplicar la fórmula para poblaciones finitas:

Si la población es finita, es decir conocemos el total de la población y deseásemos saber cuántos del total tendremos que estudiar la fórmula sería:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

##### **Donde:**

- N = Total de la población
- $Z_{\alpha} = 1.96$  al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
- q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)
- d = precisión (en su investigación use un 5%).

Para la aplicación de la encuesta sobre el cumplimiento de estándares se tomará como referencia el promedio de visitas de clientes a los Establecimientos determinados por la muestra.

$$n = \frac{12 \times 1.96 (1.96) 0.05 (0.95)}{0.05 (12 - 1) + 1.96 (1.96) 0.05 (0.95)}$$

$$n = \frac{3.8416}{0.758601}$$

$$n = 5.064058$$

$$n = 5.064058$$

$$n = 5.064058$$

n= 5 Establecimientos de Hospedaje.

Sin embargo debido a las medidas restrictivas de los Propietarios de los Establecimientos de Hospedaje; se optó por considerar solo un (01) Establecimiento de Hospedaje como muestra selectiva, donde se brindaron todas las facilidades para la aplicación de las encuestas.

#### **4.6. TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS**

Las técnicas de recolección de datos son las distintas formas o maneras de obtener la información. Las técnicas de recolección de datos son las distintas formas o maneras de obtener la información. Se empleó la observación directa, el análisis de la investigación. Estas técnicas nos conducen a la verificación del problema planteado. Se utilizó la técnica de la entrevista personal para lo cual se elaboró un cuestionario de preguntas abiertas y cerradas y preguntas valorativas de opinión que permitieron establecer la medición de la calidad del servicio, número de arribos, etc. Se ordenaron, tabularon los resultados para su análisis; los mismos que serán

sometidos a una discusión y establecer las conclusiones y recomendaciones cuyo resultado será el aporte de un modelo de evaluación de la calidad del servicio para los establecimientos de hospedaje del Distrito de Canoas de Punta Sal en la Provincia de Contralmirante Villar en el Departamento de Tumbes

#### **4.6.1. Técnicas:**

Para Alelu, López, & Rodríguez, (s.f.) se empleó la técnica de la encuesta que fue aplicada a los huéspedes del Establecimiento de Hospedaje “Punta Sal Club Hotel” en el distrito de Canoas de unta Sal, 2019.

#### **4.6.2. Instrumentos:**

Para *García, (2002)* El cuestionario viene a ser preguntas formulada de ordenada. De las dimensiones de la variable en investigación, que aborda la encuesta. Triangula mediante los objetivos específicos y el marco teórico de la investigación, con las respuestas que se obtienen de la muestra.

#### **4.7. PLAN DE ANALISIS**

Para *Alarcón & Gutiérrez* el plan de análisis detalla las medidas de la variable calidad de servicio y como serán presentadas, indicando modelos y técnicas estadísticas a usar. Escogió los datos mediante el instrumento (Encuesta), se tabularon y se graficaron de muestra ordenada de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Se empleó estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, se usó el programa de hojas de cálculo Excel 2013. Luego se realizó el análisis de instrumento, valido por expertos mediante la técnica (método de juicio por experto) por especialistas.

#### 4.8. MATRIZ DE CONSISTENCIA

*Cuadro 03.* Matriz de Consistencia.

Pregunta de Investigación	Objetivos de la Investigación	VARIABLES Y DIMENSIONES	Caso	Diseño	Instrumento
¿Cómo evalúan la calidad del servicio los establecimientos de hospedaje en el Distrito de Canoas de Punta Sal de la provincia de Contralmirante Villar en el Departamento de Tumbes, en el año 2019?	<p><b>Objetivo General:</b> Evaluar la calidad del servicio de los establecimientos de hospedaje del Distrito de Canoas de Punta Sal, en la Provincia de Contralmirante Villar del Departamento de Tumbes – 2019.</p> <p><b>Objetivos Específicos:</b>  <b>a)</b> Describir las principales características de normas estándares de la calidad del servicio en los establecimientos de hospedaje del Distrito de Canoas de Punta Sal en la Provincia de Contralmirante Villar en el Departamento de Tumbes.  <b>b)</b> Evaluar el cumplimiento de estándares de calidad en el servicio en los establecimientos de hospedaje del Distrito de Canoas de Punta Sal en la Provincia de Contralmirante Villar en el Departamento de Tumbes.  <b>c)</b> Proponer un modelo de evaluación de la calidad del servicio para los establecimientos de hospedaje del Distrito de Canoas de Punta Sal en la Provincia de Contralmirante Villar en el Departamento de Tumbes.</p>	<p><b>A. Variable:</b> Evaluación de la Calidad del Servicio.</p> <p><b>b) Variable:</b> En los Establecimientos de Hospedaje en el Distrito de Canoas de Punta Sal de la Provincia de Contralmirante Villar del Departamento de Tumbes – 2019.</p>	Muestra de las MYPE turísticas, dedicadas al rubro de la hotelería en el Distrito de Canoas de Punta Sal en la Provincia de Contralmirante Villar.	Tipo: Estudio de caso único, cuantitativo. Nivel: Descriptivo. Diseño: Transversal.	Guías de observación. Encuestas a los turistas. Encuestas a los trabajadores de los hoteles.

**FUENTE:** Elaboración propia.

#### **4.9. PRINCIPIOS ETICOS**

Entendiendo a principio éticos como las reglas que sirven como guía para orientar la conducta. Existen, sin embargo, numerosos principios éticos compartidos a nivel social. *Pérez Porto & Merino (2013)*. En la presente investigación se tomarán en cuenta los siguientes principios éticos:

- Accesibilidad: Acercamiento o trato a las personas entrevistadas.
- Búsqueda de la Verdad: Forman a la mente, con lo que se dice os e siente.
- Coherencia: Relación de una cosa con otras.
- Compromiso: Palabra dada o fe.
- Perseverancia: Firmeza en la consecución de los propietarios



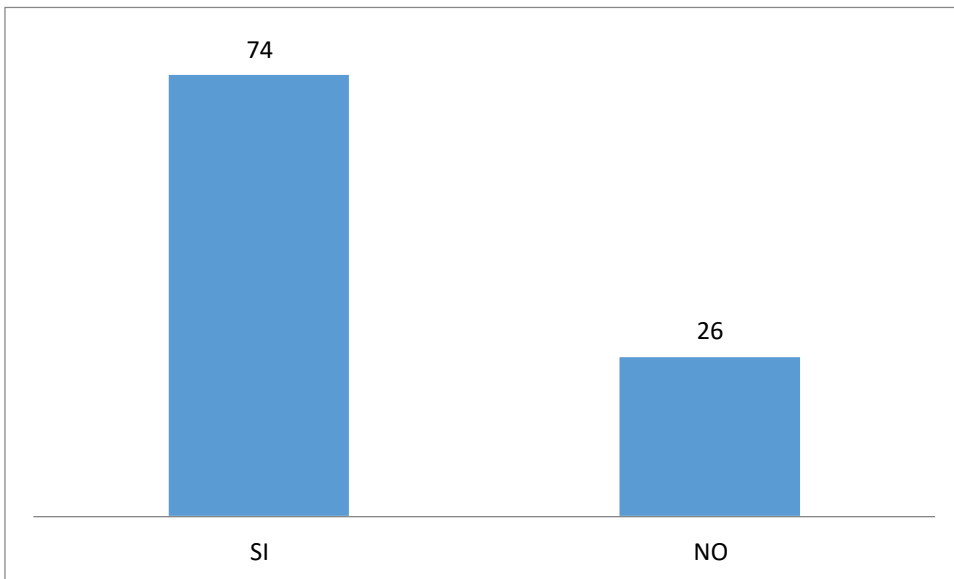
## V. RESULTADOS

### 5.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

*Tabla y Grafico 1:* ¿Razón por la que visita la región Tumbes: VACACIONES?

<u>OPCIÓN</u>	<u>Fi</u>	<u>Hi (%)</u>
SI	50	74
NO	18	26
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Aplicada a los clientes de ferretería en la avenida Piura distrito de tumbes 2019.

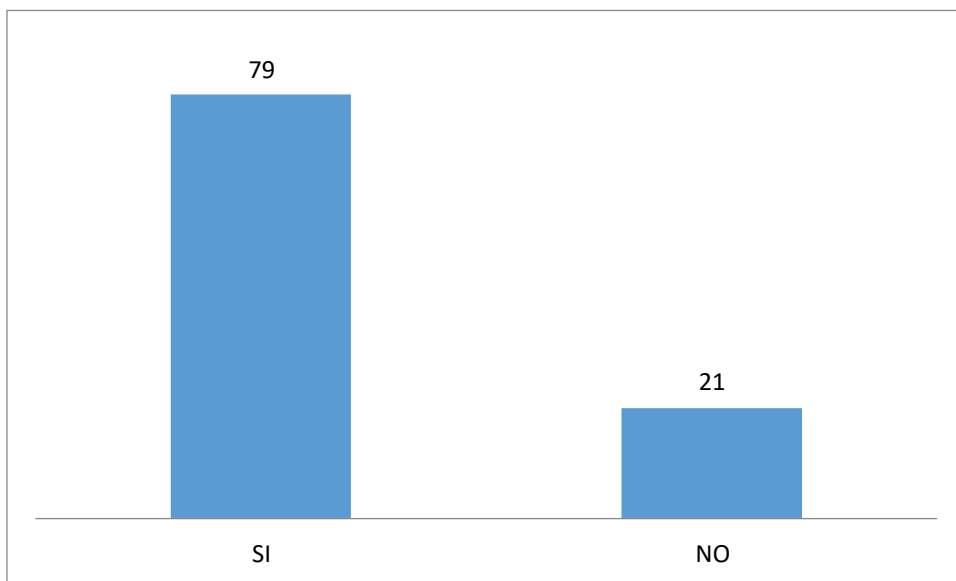


**FUENTE:** Elaboración Propia

**Tabla y Grafico 2:** ¿Visita con frecuencia la región Tumbes?

<u>OPCIÓN</u>	<u>fi</u>	<u>Hi (%)</u>
SI	54	79
<u>NO</u>	<u>14</u>	<u>21</u>
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Aplicada a los clientes de ferretería en la avenida Piura distrito de tumbes 2019.

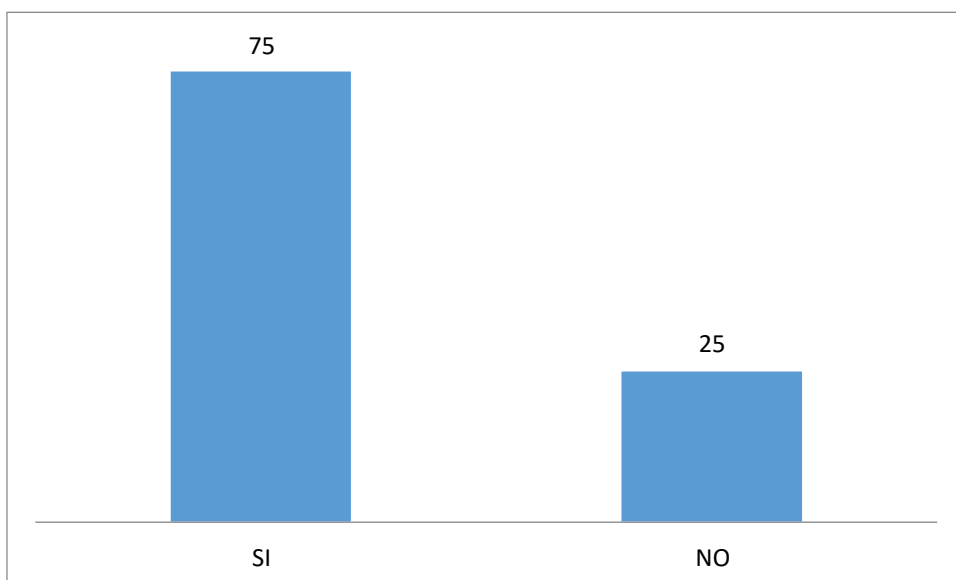


**FUENTE:** Elaboración Propia

**Tabla y Grafico 3:** ¿La temporada de verano es en la región Tumbes donde concurre?

<u>OPCIÓN</u>	<u>fi</u>	<u>Hi (%)</u>
SI	51	75
<u>NO</u>	<u>17</u>	<u>25</u>
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Aplicada a los clientes de ferretería en la avenida Piura distrito de tumbes 2019.

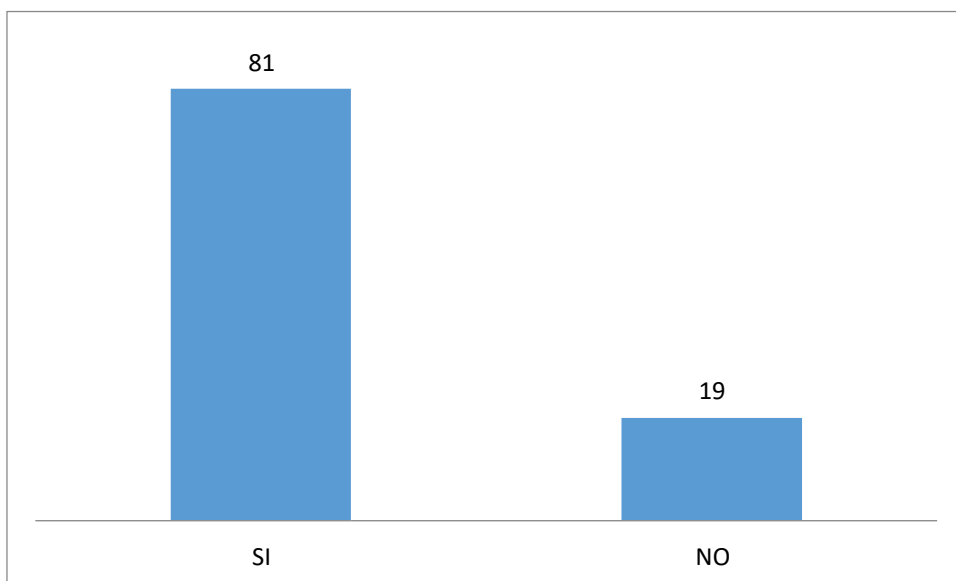


**FUENTE:** Elaboración Propia

**Tabla y Grafico 4:** ¿Considera que la calidad del servicio en un Establecimiento de Hospedaje es buena?

<u>OPCIÓN</u>	<u>fi</u>	<u>Hi (%)</u>
SI	55	81
NO	13	19
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Aplicada a los clientes de ferretería en la avenida Piura distrito de tumbes 2019.

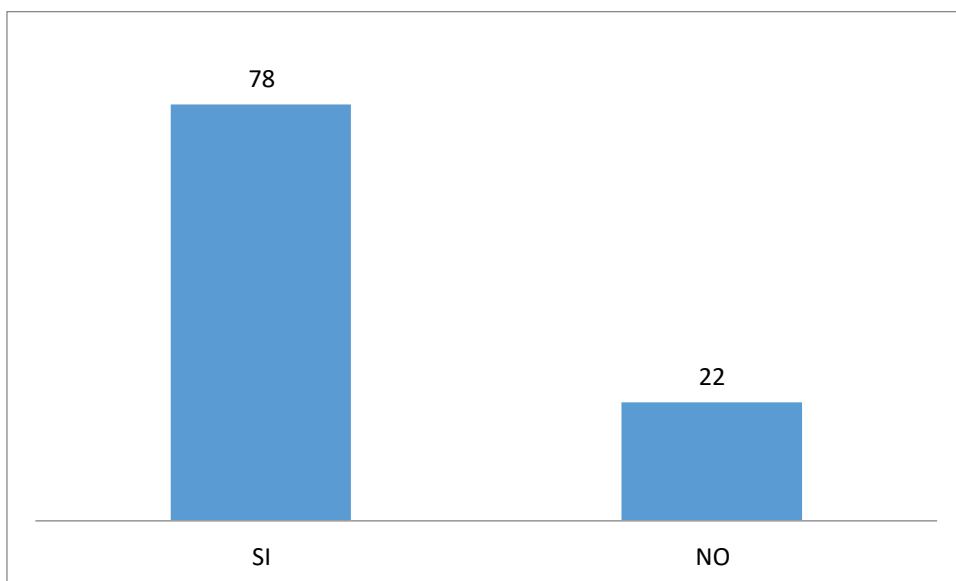


**FUENTE:** Elaboración Propia

**Tabla y Gráfico 5:** ¿Se enteró de los Establecimientos de Canoas de Punta Sal vía redes sociales?

<u>OPCIÓN</u>	<u>Fi</u>	<u>Hi(%)</u>
SI	53	78
NO	15	22
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Aplicada a los clientes de ferretería en la avenida Piura distrito de tumbes 2019.

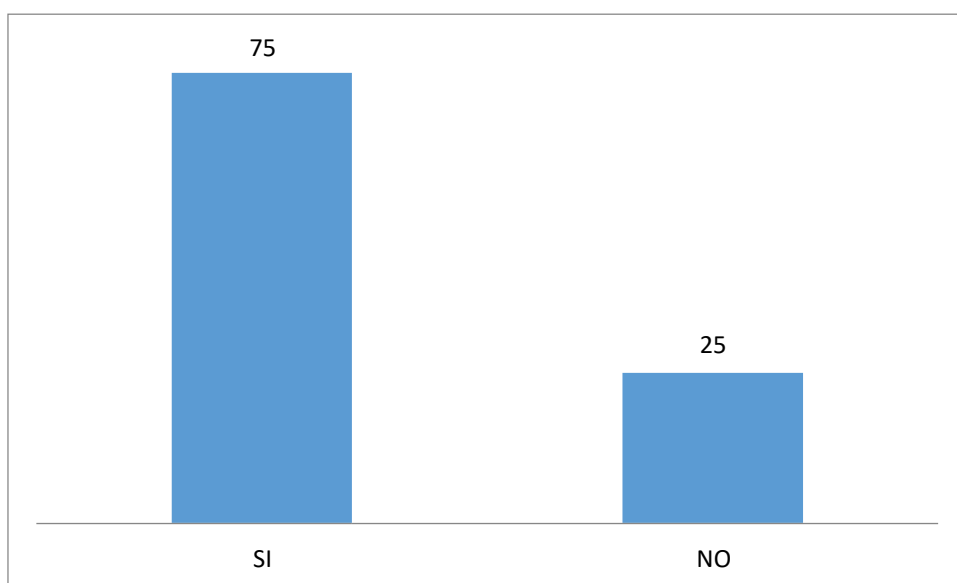


**FUENTE:** Elaboración Propia

**Tabla y Gráfico 6:** ¿Opina usted que el servicio brindado por los Establecimientos de Hospedaje del Distrito de Punta Sal es excelente?

<u>OPCIÓN</u>	<u>fi</u>	<u>Hi (%)</u>
SI	51	75
NO	17	25
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Aplicada a los clientes de ferretería en la avenida Piura distrito de tumbes 2019.

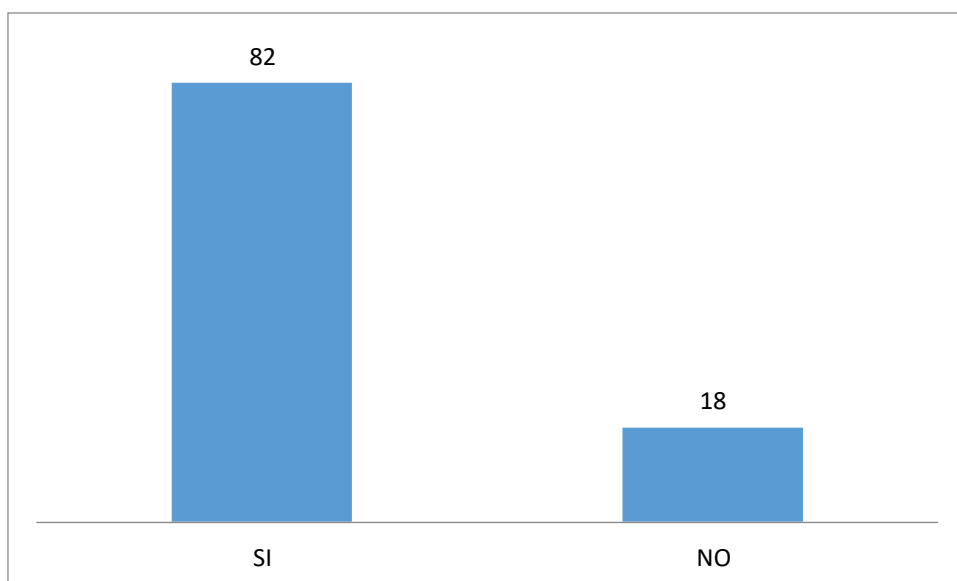


**FUENTE:** Elaboración Propia

**Tabla y Gráfico 7:** ¿Conoce usted los indicadores que favorecerían a mejorar la calidad de servicio?

<u>OPCIÓN</u>	<u>Fi</u>	<u>Hi(%)</u>
SI	56	82
NO	12	18
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Aplicada a los clientes de ferretería en la avenida Piura distrito de tumbes 2019.

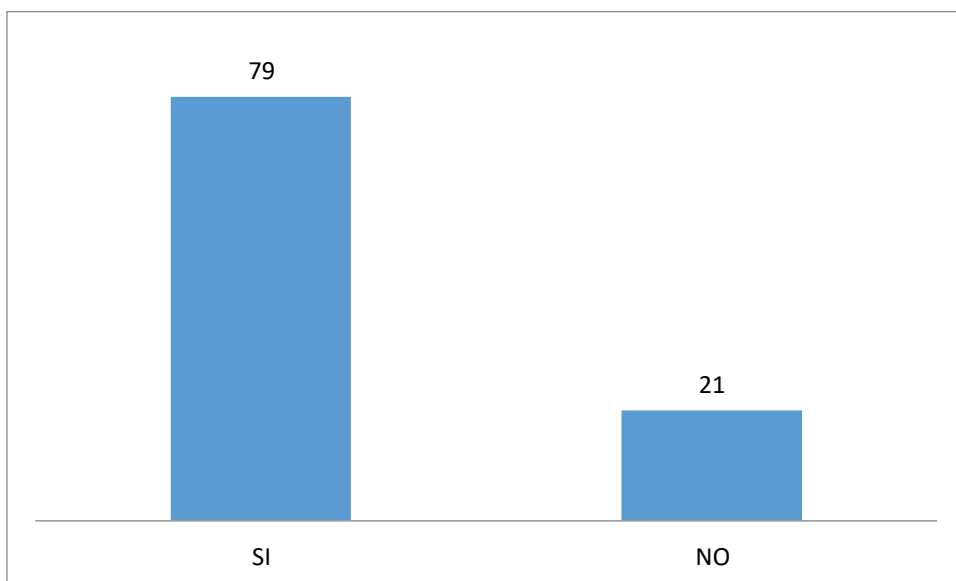


**FUENTE:** Elaboración Propia

**Tabla y Gráfico 8:** ¿Considera que los estándares de calidad del hospedaje son los adecuados?

<u>OPCIÓN</u>	<u>fi</u>	<u>Hi(%)</u>
SI	54	79
NO	14	21
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

**FUENTE:** Aplicada a los clientes de ferretería en la avenida Piura distrito de tumbes 2019.



**FUENTE:** Elaboración Propia



## 5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS

De los resultados obtenidos se puede visualizar que el “Punta Sal Club Hotel” Canoas de Punta Sal de la provincia de Contralmirante Villar; se encuentra posicionado en el rubro de Establecimientos de Hospedaje de playa en la región Tumbes. Las ventajas comparativas de sus atractivos naturales lo ubican entre el lugar de las preferencias.

Uno de sus activos que tiene el hotel es su personal, así en la encuesta aplicada a catorce (14) empleados; se tiene que diez colaboradores (71%) son de sexo masculino y cuatro (30%) femenino, en la entrevista realizada con el Sub Gerente indicó que el personal femenino generalmente busca empleo para housekeeping; siendo la mayoría de ellos relativamente jóvenes cuyas edades oscilan entre los 20 y 30 años (64,29%) y de 30 y 40 años (28,57%), lo cual se puede considerar una fortaleza en lo que se refiere a actualización y conocimiento de las nuevas tendencias y buenas prácticas en servicio de hostelería.

El nivel educativo y/o de preparación del personal constituye una fortaleza ya que diez personas (71,43%) tienen preparación vinculada con el puesto, un 21,43% cuenta con educación superior técnica completa, también un 21,43% cuenta con educación superior universitaria incompleta, un 14,29% con superior técnica incompleta y un 14,29% con secundaria completa. Estos indicadores nos demuestran que la mayoría del personal cuenta con formación técnica superior o especialidad para desempeñar las labores requeridas en un establecimiento de hospedaje, como son administración (7,14%), recepción (14,3%), limpieza (28,6%) y un 50% se desempeña en otras áreas como son cocina, bartender, restaurante, etc. Cabe señalar que en la entrevista con la Sub Gerencia; nos comunica que la política

de la empresa es mantener actualizada la especialización del personal ya que el conocimiento constituye su mayor activo intangible de allí que un 71,43% de los colaboradores manifestó que ha recibido capacitación por parte de la empresa.

En lo que concierne al tipo de capacitación recibida en la empresa; se aprecia que el 7,14%, es decir un colaborador recibió capacitación en Administración e igual porcentaje para el colaborador de Recepción. El 21.43% recibe capacitación en Limpieza (3 colaboradores) y 5 colaboradores reciben otras capacitaciones que equivale al 35.71%. Estos indicadores corroboran la política que tiene la empresa de mantener actualizado a su personal.

En lo concerniente a la gestión administrativa en el “Punta Sal Club Hotel” Canoas de Punta Sal, Contralmirante Villar del Departamento de Tumbes; nos muestra la ejecución de estándares derivados de las excelentes prácticas, se observa que la materia en planificación se cumplen cuatro estándares definidos como son la visión, misión, valores y objetivos, sin embargo gracias al boom de la competencia y la globalización, el consumidor dispone de abundantes alternativas y es cada vez más selectivo con su lealtad a quienes los proveen de sus necesidades, en términos de productos y servicios, sin embargo, pocos directivos de alto rango están alertas a esta creciente demanda por calidad y servicios que en el fondo se traduce en Satisfacción para los Consumidores.

Muchos de quienes comprenden estas nuevas exigencias en nuestro medio no se han comprometido profundamente por la superación de los niveles de calidad y servicio, y así poder hacerles frente exitosamente.

El desafío actual de nuestro mercado nacional requiere definir una estrategia de servicio; lograr que los gerentes y en el fondo todo el personal de una determinada organización se comprometa como verdaderos fanáticos por satisfacer a sus consumidores mediante la calidad y los servicios, diseñar productos y servicios coherentes con las expectativas reales de los consumidores; esto requiere invertir en una serie de elementos y monitorear constantemente el logro de las metas y que estas deben estar siempre en constante superación.

En la segunda dimensión si bien la empresa cumple con tres estándares como es contar con un Manual de Organización y Funciones (MOF); ha documentado sus procesos, estándares y requisitos de la prestación además de contar con un Manual de Procesos y Procedimientos (MAPRO) y políticas de comunicación formal, la gestión debe estar caracterizada por una visión más amplia de las posibilidades reales de una organización para resolver determinada situación o arribar a un fin determinado. Esta se puede asumir como la "disposición y organización de los recursos de un individuo o grupo para obtener los resultados esperados". Pudiéndose generalizar como una forma de alinear los esfuerzos y recursos para alcanzar un fin determinado, se ha visto que los sistemas de gestión han tenido que irse modificando para dar respuesta a la extraordinaria complejidad de los sistemas organizativos que se han ido adoptando, así como a la forma en que el comportamiento del entorno ha ido modificando la manera en que incide sobre las organizaciones. Para lograr definir, lo que se ha dado en llamar "Control de Gestión", sería imprescindible la fusión de lo antes expuesto con todo un grupo de consideraciones y análisis correspondientes sobre el control.

En todo este desarrollo, el control ha ido reforzando una serie de etapas que lo caracterizan como un proceso en el cual las organizaciones deben definir la información y hacerla fluir e interpretarla acorde con sus necesidades para tomar decisiones.

En la tercera dimensión si bien se observa el cumplimiento de seis estándares como son; un sistema de control de calidad del servicio directo o personalizado, el monitoreo para asegurar la calidad de los servicios, la satisfacción del cliente, manejo de las quejas y reclamos, evaluación y mejora constante. Es preciso también dar prioridad a una mayor comunicación con el cliente que ayudaría a la mejora del servicio.

La cuarta sub dimensión se establece a la gestión de recursos humanos, en lo cual cuenta con quince estándares; de estos, la empresa cumple con trece, ya que cuenta con un archivo de personal; evaluación periódica del rendimiento del personal; además de contar con ideas para mantener motivado a su personal como charlas e incentivos, ofrece la igualdad de conformidad de su personal, relaciona y difunde la práctica de valores y principios éticos en el personal, interfiere al personal los resultados obtenidos en cuanto al servicio y satisfacción del cliente y respeta la jornada laboral establecida por ley. En lo cual , existen ocho indicadores que de ser aplicados podrían ayudar a la empresa a mejorar su gestión de recursos humanos; así, la empresa no cuenta con perfiles de los puestos de trabajo donde se especifiquen qué aptitudes, habilidades, formación y experiencia debería tener cada colaborador; asimismo, en la empresa tampoco se cuenta con un proceso de selección de personal definido, un programa de inducción del personal, ni un programa de capacitación para el personal, ya que estos procesos son desarrollados

de forma empírica, es decir no cuentan con un proceso documentado y sistematizado referente a los indicadores antes mencionados. Por otro lado, si bien la empresa realiza reuniones para tratar temas relacionados al trabajo, no se cuenta con un cronograma que haga que estas reuniones sean desarrolladas de forma periódica. La organización tampoco ha acordado un mecanismo para que el personal interfiera sus recomendación sobre el servicio brindado, ya que las mismas son dadas de forma informal, sin que exista un registro o procedimiento para su desarrollo. Asimismo, la empresa no brinda remuneraciones establecidas en la legislación laboral ni beneficios sociales a los empleados, los cuales sería importante tomar en cuenta para que estos desempeñen sus labores con mayor satisfacción.

La quinta sub dimensión; se refiere a la gestión de suministros y proveedores, en esta sub división la organización ejecuta con cinco estándares; pues tiene determinado un criterio para la elección de sus proveedores, cuenta con un registro de las características y datos de sus proveedores, y ha determinado las limitaciones de pedido, entrega y pagos; sin embargo, sería importante que la organización tome en cuenta dos indicadores más, como es emplear formatos para formalizar sus pedidos, establecer horarios y procedimientos para la recepción de sus productos, los cuales ayudarían a llevar un mejor registro de sus pedidos y contar con un orden al recibir los productos.

En la sexta sub dimensión; está referido a la gestión de seguridad, factor de mayor importancia en la organización, es sabido que la gestión de la seguridad promueve la protección de la vida y salud de los colaboradores y de los huéspedes. Al impulsar la protección de los equipos, herramientas e información de la

empresa, permite decretar las causas de las condiciones inseguras y tomar acciones correctivas para evitarlas o por lo menos reducirlas. En esta sub dimensión la empresa cumple en los ocho estándares establecidos, ya que la organización ha obtenido establecer los riesgos y peligros existentes, tanto potenciales, como reales, mediante se han podido ser reconocidos de acuerdo a lo determinado por Defensa Civil; en lo cual, la organización cuenta con planes para atender emergencias, ya sean desastres naturales, accidentes o enfermedades, pues tiene un kit de primeros auxilios, extintores de fuego, y en general con las medidas necesarias para ejecutar en frente a cualquier emergencia inminente. La organización tiene equipo y dispositivos de seguridad tanto para clientes como para los de su personal, tiene además con el certificado de Defensa Civil y establece de un listado actualizado de contactos para la atención en casos de emergencia.

La séptima sub dimensión se refiere a la gestión financiera y contable, indica que 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. La organización cumple con tres estándares establecidos, porque tiene los servicios de un profesional en el campo financiero contable; sin embargo, la empresa no dispone de un presupuesto general y presupuesto específico, para capacitación en temas financieros y contables, aspectos que son importantes para tomar en cuenta para una mejor administración de los recursos financieros de la organización.

La octava y última sub dimensión está referida a la gestión de comunicación y marketing, si bien; el “Punta Sal Club Hotel”, ejecuta con los doce estándares de

gestión de comunicación y marketing; al contar con una marca y eslogan atractivo y coherente con el servicio que brinda; siendo la marca “Villar International”, en lo cual de diseñar sus servicios de concretar a las necesidades y expectativas de sus clientes, conserva un registro de sus clientes, emplea medios de comunicación para ofrecer su oferta, además de auspiciar eventos, consiguiendo así un incremento de fusión de sus servicios. Concede información coherente con el servicio que ofrece, facilita información al cliente sobre las condiciones de prestación de servicio, cuenta con tarifas de su oferta hotelera, los cuales se encuentran en la recepción con sus mutuos precios; y exhibe en un lugar visible las formas de pago aceptadas en el establecimiento, lo cual se muestran en el área de recepción del hotel.

Si bien se tiene que la empresa está posicionada en el servicio de hospedaje de playa, las apariencias con los que no tiene la organización son un estudio de mercado que ayude a la organización hotelera a conocer la competencia y la demanda, la firma de convenios, ni el establecimiento de precios a través de un estudio de mercado que permita conocer el **Valor Percibido**; el **valor** que el cliente considera **haber obtenido** a través del **desempeño** del producto o servicio que adquirió.

En términos generales, el hotel se encuentra a medio camino de cumplir con todos los estándares recomendados para lograr una gestión administrativa de alta calidad, pues cumple con el 24% de los mismos, así, sus puntos de mayor debilidad se encuentran en la planificación, organización, gestión de calidad y gestión de recursos humanos, en los que deberá poner un mayor énfasis para su total implementación.

Los resultados sobre la determinación de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al equipamiento e infraestructura en el “Punta Sal Club Hotel” donde el primer ambiente evaluado es el exterior, y se tiene en cuenta once estándares. La organización cumple con seis de ellos, ya que se ubica en un lugar afable , al encontrarse a pocas cuadras de la plaza principal de la ciudad; si bien presenta limpieza en el entorno, ubicación en una zona segura, panel visible y atractivo en la fachada, muestra el ícono de clasificación y categorización, buen alumbrado. Sin embargo, existen cinco aspectos que aún no se toman en cuenta, como el hecho de no contar con una entrada especial para discapacitados, elemento importante que se debería implementar para lograr una mayor inclusión y consideración para todos los clientes de la empresa. Por otro lado, el hotel no cuenta con estacionamiento privado, en este caso, el no contar con esta infraestructura no afecta a sus actividades, ya que por la capacidad del mismo y debido a que existen espacios de estacionamiento público a la entrada del hotel, este aspecto no afecta a las actividades del local. Asimismo, el hotel no cuenta con espacios verdes alrededor, ni con accesos independientes para los proveedores y el personal.

El segundo ambiente evaluado es la recepción, de los diecinueve estándares evaluados, el hotel “Club hotel Punta Sal” cumple con dieciocho de ellos, una recepción implementada en forma óptima próxima al hall, iluminación apropiada que no altera el color ni apariencia de la infraestructura, posee un sistema de ventilación apropiado, sus equipos funcionan y muestran óptimas condiciones de limpieza, además se encuentran ubicado de forma que no interrumpen el flujo de trabajo, cuenta con un área específica para los residuos que se encuentra alejada del área de recepción, asimismo posee un suministro de agua permanente. Pero queda



un aspecto que podría ser implementar un lugar seguro para el almacén de equipajes.

El tercer ambiente evaluado es el de áreas comunes, instalaciones destinadas a los pasadizos del establecimiento, cumpliendo con 9 estándares evaluados, pasadizo con condiciones necesarias y señalizadas. También cuenta con una decoración agradable y armoniosa, basada en los colores corporativos, azul y gris, fusionándose un estilo moderno del hotel, cuenta con un sistema de ventilación; condiciones de limpieza hacen que se perciba un olor agradable, el mobiliario se encuentra en buen estado de conservación y limpio, además ha sido distribuido de forma adecuada facilitando la circulación, cuentan con equipo de computación, y finalmente con el que no cumple es que no se cuenta con extintores y luces de emergencia.

El cuarto ambiente evaluado son las oficinas, área en la que se evaluaron dos aspectos, la oficina administrativa y los equipos e implementos necesarios; sistema de ventilación adecuado e iluminación apropiada.

El quinto ambiente evaluado son las habitaciones, donde se evaluó dieciocho aspectos; que cumplen con todos los estándares evaluados en cuanto a numeración adecuada de las habitaciones, limpieza óptima seguridad en las habitaciones, el mobiliario está bien distribuido.

El sexto ambiente evaluado es el almacén de pisos, donde se evaluó cinco aspectos de los cuales cumple tres, se debe tomar en cuenta los dos aspectos en los cuales la empresa como son implementar el kardex para el control de inventarios y almacenes en cada piso, la organización cuenta con la mayor parte de estándares evaluados.

El séptimo ambiente evaluado es el comedor, donde se evaluó trece aspectos; así, se vio que la organización cumple con diez de ellos; se encuentra ubicado en un lugar de fácil acceso, la decoración es agradable y armoniosa con el estilo del establecimiento, el olor es agradable, el mobiliario está en buen estado de conservación y limpio, las cartas están en buen estado y los precios actualizados, cuenta con señalización, extintores y luces de emergencia, cuenta con estaciones de servicio debidamente organizadas, cuenta con utensilios, vajilla, cristalería y mantelería en cantidades suficientes para atender necesidades de próxima ocupación, se emplea utensilios, vajilla, cristalería y mantelería acorde a las características del establecimiento y están en perfecto estado de conservación, y los estándares con los que no cumple son; no cuenta con un sistema de ventilación, el mobiliario no se ha distribuido en forma adecuada facilitando la circulación y tampoco cuenta con equipo de música y televisión.

El octavo ambiente evaluado es la cocina, donde la organización cumple con todos los estándares evaluados.

El noveno ambiente evaluado es el área del personal donde se evaluaron tres estándares evaluados de la gestión de equipamiento e infraestructura, cumple con los tres estándares, ya que cuenta con servicios higiénicos para el personal, cuenta con un área destinada para que el personal tome sus alimentos y cuenta con un área destinada para que el personal deje sus pertenencias.

Se ve pues, que en lo referente al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al equipamiento e infraestructura, el “Punta Sal Club Hotel” ejecuta con 79 estándares de los 91 evaluados, lo que muestra que la

empresa cuenta con una buena calidad en cuanto a equipamiento e infraestructura se refiere.

En lo que se refiere al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión del servicio en el “Punta Sal Club Hotel”, se evaluaron diez sub dimensiones; siendo la primera la reserva, que cuenta con siete estándares de buenas prácticas, los cuales solo son cumplidos seis por la empresa.

El segundo aspecto evaluado fue la atención al teléfono, donde se tomó en cuenta siete estándares, de los que la empresa cumple con seis, ya que se cuenta con recepcionistas que brindan una atención de calidad en cuanto a la recepción de llamadas se expresan con voz clara y amables y se despiden agradeciendo por la llamada, existe un punto que no se llevan a cabo en la empresa, lo cual no implica que exista una menor calidad en la atención telefónica, ya que no se lleva un registro de llamadas telefónicas.

La tercera sub dimensión evaluada el ingreso del huésped, donde se evaluaron 20 estándares, de las cuales se cumplen 16 estándares en cuanto al ingreso del huésped y no cumple con 4 estándares los cuales abarcan en que no cuenta con un botones para que se encargue del equipaje de los huéspedes.

La cuarta sub dimensión evaluada fue la estadía, donde se tomó en cuenta siete estándares, de los que la empresa cumple con los siete, ya que el personal atiende a todas las necesidades que requiera el huésped de modo diligente.

La quinta sub dimensión evaluada fue la salida del huésped, donde se tomaron en cuenta trece estándares, de los cuales la empresa no cumple con tres; el botones no verifica el estado de la habitación y el posible olvido de pertenencias del huésped,

el botones no conduce al huésped hasta su movilidad, despidiéndolo, agradeciendo su estadía y deseándole buen viaje, y tampoco el personal de recepción comunica al botones la salida del huésped para que lo ayude con el equipaje.

La sexta sub dimensión evaluada fue la limpieza de las habitaciones, donde la empresa cumple con dieciocho estándares, ya que existe un procedimiento pre-establecido para la limpieza y asepsia de ambientes y mobiliario (salón, sala de estar, bar, servicios higiénicos, etc.), se tiene un orden de ubicación y distribución funcional de los artículos para la limpieza de las habitaciones, mobiliario y equipos por parte del personal de servicio, antes de la apertura del establecimiento.

La séptima sub dimensión evaluada fue limpieza de áreas comunes, donde se evaluó que la organización cumple con los siete estándares, ya que disponen de horarios que no interrumpa a los huéspedes y se emplean equipos de señalización para evitar accidentes y se realiza revisión de los equipos de iluminación para verificar si se encuentran en buen funcionamiento.

La octava sub dimensión evaluada fue la preparación de alimentos y bebidas, donde se evaluaron cuatro estándares, de los cuales la empresa no cumple con ninguno de los estándares, ya que no ofrece el servicio de alimentación a las habitaciones.

La novena sub dimensión evaluada fue servicio de alimentos y bebidas, donde se tomó en cuenta catorce estándares, los cuales son cumplidos en su totalidad por la empresa.

La décima sub dimensión en determinar es el mantenimiento, donde se tomó en cuenta dos estándares, de los que la organización efectúa con ambos estándares, ya que se considera con un plan de mantenimiento preventivo de las instalaciones y

equipamiento y se cuenta con un registro de dichas intervenciones de mantenimiento correctivo.

Así, en la presente sección se evaluaron en total diez dimensiones, divididas en noventa y nueve estándares, de los cuales se cumple con ochenta y seis, lo que demuestra que el “Punta Sal Club Hotel”, cuenta con muy buenas prácticas, y que son pocos los detalles que habría que mejorar.

Sobre la realización de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión medioambiental en el “Punta Sal Club Hotel”, se determina cinco sub dimensiones; la primera en evaluarse fue el uso del agua, donde la organización establece con cinco estándares, ya que la organización lleva un control del consumo de agua, pues se toma en cuenta el registro que se tiene a través de los recibos mensuales; asimismo, la empresa lleva a cabo comprobaciones periódicas de las instalaciones de agua, y sensibiliza y capacita al personal sobre el uso adecuado del agua.

La segunda sub dimensión determina que fue el uso de energía, establecido por ocho estándares, de los cuales la organización cumple con los ocho, ya que la organización adopta medidas para el máximo aprovechamiento de la luz natural, pues se tiene un horario establecido para el encendido de las luces; asimismo, la empresa promueve el apagado de luces y equipos cuando no están en uso; se lleva además un control de consumo de energía, utiliza focos ahorradores, se cuenta con buena ventilación y aislamiento térmico para recurrir lo menos posible a la climatización, se da el mantenimiento apropiado a equipos eléctricos, y se usan interruptores independientes para iluminar las zonas de un mismo lugar.

La tercera sub dimensión determina que fue el consumo de productos, donde se tomaron en cuenta siete estándares, de los cuales la organización establece con los siete, ya que la organización contrata a proveedores que ofrece productos amigables con el medioambiente, y usa en lo posible el correo electrónico para reducir el uso de tinta y papel. También que se emplea productos de limpieza de bajo impacto al medio ambiente, se emplea dosificadores para el uso óptimo de los productos, se prioriza la adquisición de productos en envases retornables, se imprime el papel por las dos caras e imprime documentos internos en papel reciclado.

La cuarta sub dimensión determina que fue la gestión de residuos, que evaluó que la organización establece con tres estándares, ya que sensibiliza y capacita a su recurso humano sobre la forma correcta de eliminar residuos, y mantiene los contenedores de basura en respectos áreas higiénicas. Se cuenta con un programa para la gestión de residuos sólidos.

La quinta y última sub dimensión determina que fue la adaptación al medio, donde se aprecia que la organización cuenta con un diseño e infraestructura armoniosa con el paisaje.

Así, se evaluaron cinco sub dimensiones subdivididas en veinticinco estándares, de los cuales la organización establece con los veinticinco, lo que indica que, con respecto al medio ambiente, en la organización tiene sostenibilidad con el medioambiente.

Sobre la realización de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión sociocultural en el “Punta Sal Club Hotel”, se evaluaron dos sub dimensiones; la primera referente ayudar a la cultura local, donde se tomó en cuenta

cuatro estándares, los cuales cumple la organización en su totalidad, pues difunde las actividades y manifestaciones culturales de la comunidad, en su participación en eventos regionales como auspicio, además participa en iniciativas de apoyo a la cultura local participando como auspiciador e informa a los visitantes sobre la cultura local y no participa en la adquisición de bienes del patrimonio de procedencia ilegal.

La segunda sub dimensión determina que fue la referente al ayudar a la comunidad local, donde determinadamente ejecutar de nueve estándares, de los cuales la empresa cumple con siete, pues anima a sus huéspedes a visitar los atractivos locales, provee empleo digno a los miembros de la comunidad, adquiere productos de proveedores locales, forma parte de los gremios del sector turismo, participa en los procesos de planificación turística, informa a los turistas sobre aspectos relacionados al turismo y difunde políticas en contra de la explotación sexual. Por otro lado, los dos estándares que no se cumplen: pues no se desarrollan programas de capacitación para la comunidad local, tampoco se donan productos usados o nuevos a la comunidad local.

Así, en lo referente a las buenas prácticas culturales, de los trece estándares estimados, la empresa cumple con once, lo que indica que, si bien la empresa va por buen camino, sin embargo, aún quedan dos aspectos por tomar en cuenta, los cuales recaen sobre la donación de productos usados o nuevos a la comunidad local.

De las cinco dimensiones evaluadas en el “Punta Sal Club Hotel”, se aprecia que, de los 284 estándares evaluados, la organización cumple con 255, lo que indica que la calidad de la empresa es buena, pues se cumple con un

89,79% del total de estándares. Se ve pues, que para que la empresa llegue a un nivel de calidad aún más alto, debe poner mayor énfasis en mejorar su gestión administrativa, en la que se encuentra a medio camino, la gestión medioambiental y la gestión sociocultural sin descuidar el mejorar constantemente en los demás ámbitos.

Así, los resultados antes expuestos muestran que el “Punta Sal Club Hotel”, tiene como área de mejor práctica la gestión Ambiental, pues cuentan con el 100% de estándares cumplidos respectivamente; mientras que el área con el desempeño más bajo es la gestión Cultural.

## **VI. CONCLUSIONES**

- Se ha identificado en la muestra representativa del “Punta Sal Club Hotel” de Canoas de Punta Sal, es una empresa ya consolidada en el mercado, que lo constituye parte del mercado nacional y el mercado extranjero lo constituyen los ecuatorianos.
- La estructura organizacional del hotel comprende las áreas de contabilidad, recepción, gobernanza de habitaciones, marketing y ventas; la oferta que brinda el hotel es variada, ya que ofrece una variedad de habitaciones con distintos servicios, incluidos y no incluidos, su ubicación es demandada mayormente por familias.
- El personal cuenta con la preparación necesaria logrando desempeñar de manera eficiente sus funciones, gracias a que poseen un grado de instrucción de secundaria completa en adelante. Las funciones administrativas, contables,



recepción la desempeñan profesionales jóvenes y son de la localidad donde se ubica el Hotel.

- En la Gestión Administrativa; se evaluaron 56 estándares de los cuales la empresa “Punta Sal Club Hotel” de Canoas de Punta Sal; cumple con 56 estándares, lo que significa un cumplimiento del 96.43%, logrando alcanzar un buen resultado, la sub dimensión donde no cumple con todos los estándares es la de Gestión de recursos humano, del resto cumple en su totalidad.
- Los estándares y su cumplimiento en la dimensión de Equipamiento e infraestructura; la empresa “Punta Sal Club Hotel”, logra cumplir con 79 de los 91 estándares que se evaluaron, con un 86.81% de cumplimiento, las sub dimensiones con mayor cumplimiento fueron, habitaciones, comedor, sin embargo es necesario que las otras áreas se esmeren para lograr una mejor calidad en los servicios que el hotel oferta.
- La Gestión del Servicio de la organización “Punta Sal Club Hotel”, ha logrado cumplir con 86 estándares de los 99 que conforman esta dimensión, que representa un cumplimiento del 86.87% de los estándares. Las sub dimensiones que presentan un mayor cumplimiento son estadía, limpieza de habitaciones, áreas comunes, servicios de alimentos y bebidas y mantenimiento.
- En Gestión Medio Ambiental; la empresa “Punta Sal Club Hotel” cumple con 25 estándares evaluados logrando cumplir con todos en un 100%, la empresa está comprometida y vela por el cuidado del medio ambiente.

- En Gestión Socio Cultural; se han evaluado 13 estándares, de los cuales 11 cumple el “Punta Sal Club Hotel”, lo que porcentualmente es el 84.62% de todo lo evaluado, resaltando la sub dimensión de apoyo a la cultura local (artesanía), que es donde cumple con todos los estándares.
- De manera general la empresa “Punta Sal Club Hotel” cumple con un total de 255 estándares de los 248 que se evaluaron, lo que sería el 89.79% del total, y no cumple con los 29 restantes que son el 10.21%, lo que indica que la empresa está dentro de los márgenes de optimización de los estándares, pero podría estar mejor si se esfuerza para lograr alcanzar el 100% de cumplimiento de los estándares de buenas prácticas, lo que aseguraría el éxito y la satisfacción del cliente.
- Las dimensiones que presentaron el mayor cumplimiento fueron Gestión ambiental, gestión administrativa, mientras que equipamiento e infraestructura y gestión del servicio alcanzaron el mismo porcentaje, la más baja fue la gestión cultural.

## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Albacete, C. (2004). Calidad de servicio en alojamientos rurales. España: Universidad de Granada.
- Antonio, J. (2017). Normatividad y Estándares de la Hotelería y Turismo. Google. Recuperado de: <http://tallerdeturismopractico.blogspot.pe/p/normatividad-y-estandares-de-calidad-de.html>
- Ballón, S. Surco (2016). Evaluación En La Calidad De Servicio Y Satisfacción Del Cliente En Los Hoteles De Dos Y Tres Estrellas De La Ciudad De Abancay. Lima. Disponible en: [http://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/ESAN/588/2016\\_ADYFI\\_16-2\\_01\\_T.pdf?sequence=1](http://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/ESAN/588/2016_ADYFI_16-2_01_T.pdf?sequence=1)
- Barrientos, C. (2017). Tesis “Plan de mejora organizacional como factor determinante de la calidad de servicio del Hotel Perú Pacífico en Jesús María, 2017. Universidad Norbert Wiener.
- Beraún, M. (2017). Tesis de maestría “Percepción de la Calidad del servicio de un hotel tres estrellas en el distrito de Independencia, 2016”.UCV. Pág. 13. Recuperado de: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/13843/Bera%C3%BAn\\_BMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/13843/Bera%C3%BAn_BMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Boutique categoría “A” en Quito- Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/7433/1/139180.pdf>
- Camacaro, A. (2017).Calidad en el Servicio Turístico. Recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos89/calidad-servicio-turistico/calidad-servicio-turistico.shtml>
- Casanueva, C., García del Junco, M. y otros (2000). México D.F. Edit. Pirámide. Organización y Gestión de Empresas Turísticas. Recuperado de: [https://books.google.com.pe/books/about/Organizaci%C3%B3n\\_y\\_gesti%C3%B3n\\_de\\_empresas\\_tur.html?id=4kzoAAAACAAJ](https://books.google.com.pe/books/about/Organizaci%C3%B3n_y_gesti%C3%B3n_de_empresas_tur.html?id=4kzoAAAACAAJ)
- Casino Martínez, (2001). Medición de la calidad de servicio: una aplicación a los establecimientos de alojamiento turístico.Recuperado de: <http://www.redalyc.org/html/301/30118209/>

- Castilla A., G. (2016). Evaluación de la calidad en los establecimientos de alojamiento y hospedaje. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/seec/v20n43/0120-6346-seec-20-43-00161.pdf>
- Cornejo, G. Y. (2018). Tesis: Evaluación de la calidad del servicio del hotel El Murique de Zorritos, Contralmirante Villar de la ciudad de Tumbes, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2018. Univ. ULADECH, Tumbes. Pág. 10.
- Cueva- Trelles, V. (2015). Tesis “Evaluación de la calidad percibida por los clientes del Hotel Los Portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones- 2015”. Recuperado de: [https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2274/ING\\_552.pdf?sequence=1](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2274/ING_552.pdf?sequence=1)
- Dammer B. y Garrido P. F. Tesis “Estándares de servicio de Calidad para Hoteles De la Parra Paz, E. (1995). Guía práctica para lograr calidad en el servicio. ISBN: México.
- De La Torre, F. (2017). Conceptos de Hotel. México. Recuperado de: <http://administracion.realmexico.info/2013/10/conceptos-de-hotel.html>
- Euromonitor International, última edición del WTM Latin América, Recuperado de: <https://www.euromonitor.com/tourism-flows-in-peru/report>
- Gallego, J. (2002). Gestión de hoteles: una nueva visión. Edit.Paraninfo.España.
- Grönroos, C. (2001). The perceived service quality concept - a mistake. *Managing Service Quality*.
- Hanson, D. (2007). *Marketing y Publicing*. EsmeraldInsight. EE.UU. Recuperado de: <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/03090560710718111>
- Hernández, R., Fernández, C, y Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. 5Ta ed. Chile: McGrawHill.
- Lefcovich, M. (2009). Gestión de calidad para la excelencia. Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/Doc?id=10311860&ppg=5>
- Lefcovich, M. (2012). El Kaisen en la Práctica. AVIVERT. Recuperado de: <http://avibert.blogspot.com/2012/03/el-kaizen-en-la-practica-autor-mauricio.html>
- Lescano, D. L. (2003). La orientación al servicio. Los roles y la formación de los mandos intermedios en la organizaciones de servicio. Cuadernos Empresa y Humanismo.

- Recuperado de:  
file:///C:/Users/ISABELPC/Downloads/201403%20CEyH%20114.pdf
- Ley 30056- Ley MYPE (2018). Recuperado de:  
[https://www.google.com.pe/search?ei=zkcFXfbgLdKb5gLxmrygBA&q=ley+mype+2018+peru&oq=Ley+de+Mypes+en+el+Per%C3%BA&gs\\_l=psy-ab.1.1.0i7118.0.0..5433...0.0..0.0.0.....0. .... gws-wiz.lfwShNn7y38](https://www.google.com.pe/search?ei=zkcFXfbgLdKb5gLxmrygBA&q=ley+mype+2018+peru&oq=Ley+de+Mypes+en+el+Per%C3%BA&gs_l=psy-ab.1.1.0i7118.0.0..5433...0.0..0.0.0.....0. .... gws-wiz.lfwShNn7y38)
- Ley General de Turismo- Ley N° 29408. Base Legal Normas El Peruano. Capítulo IV.  
Recuperado de: [http://apoturperu.org/wp-content/uploads/2014/11/LEY\\_GENERAL\\_DE\\_TURISMO\\_LEY29408.pdf](http://apoturperu.org/wp-content/uploads/2014/11/LEY_GENERAL_DE_TURISMO_LEY29408.pdf)
- López C., R. (2018). Tesis “Gestión de la Calidad y Servicio al Cliente en los Hoteles de Playa De Tres Estrellas Del Distrito De Zorritos, Tumbes 2018. Universidad Nacional de Tumbes. Recuperado de:  
<http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/UNITUMBES/239/TESIS+-LOPEZ+Y+PECIADO.pdf;jsessionid=B7E3896E3D273A639E18F1911A18C5AC?sequence=1>
- López M., D. (2018). Tesis “Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil”. Recuperado de:  
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>
- Manual del Circuito Turístico Nor Oriental del Perú (2007). Cajamarca. Perú. Recuperado de: [file:///C:/Users/ISABELPC/Downloads/buenaspracticas\\_ctn.pdf](file:///C:/Users/ISABELPC/Downloads/buenaspracticas_ctn.pdf)
- Marchán L.C. (2015). Evaluación de la calidad del servicio del Hotel “Feijóo” de la ciudad de Tumbes, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el Año 2014. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Tumbes. Perú. p.
- Mateo, R. (2009). Sistemas de gestión de la calidad – Un camino hacia la satisfacción del cliente – Parte I. República Dominicana. Recuperado de:  
<http://qualitytrends.squalitas.com/index.php/item/108-sistemas-de-gestion-de-la-calidad-un-camino-hacia-la-satisfaccion-del-cliente-parte-i>
- Matsumoto, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. Recuperado de:  
<http://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf>

- Mestres, S. J. (1999). Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera. El Sector Hotelero. Recuperado de: <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8805/cap3.pdf?sequence=5>
- MINAM (2016). Guía del Sistema Nacional de Gestión Ambiental. Recuperado de: <http://www.minam.gob.pe/politicas/wp-content/uploads/sites/17/2013/10/Guia-SNGA-MINAM.pdf>
- MINCETUR (2009). Ley General de Turismo, N° 29408. Recuperado de [http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/LEY\\_GENERAL\\_DE\\_TURISMO\\_LEY29408.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/LEY_GENERAL_DE_TURISMO_LEY29408.pdf)
- MINCETUR (2011). Plan Nacional de la Calidad Turística. Recuperado de: <https://www.mincetur.gob.pe/turismo/lineas-de-intervencion/plan-nacional-de-calidad-turistica/>
- MINCETUR (2012). Manual de buenas prácticas para atención de clientes. Recuperado desde: [http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/cultur/pdfs\\_documentos\\_Cultur/03\\_mbp\\_gestion\\_hospedaje/Manual\\_141012.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/cultur/pdfs_documentos_Cultur/03_mbp_gestion_hospedaje/Manual_141012.pdf)
- MINCETUR. (2004) Reglamento de Establecimiento de Hospedaje. Recuperado de: <http://apoturperu.org/wp-content/uploads/2014/11/REGLAMENTO-DE-ESTABLECIMIENTO-DE-HOSPEDAJE.pdf>
- Muñoz B., G. (2107). Tesis “Análisis de la Calidad del Servicio del Hotel Perla Verde de la ciudad de Esmeraldas”. Pontificia Universidad Católica del Ecuador- Sede Esmeraldas. Recuperado de: <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1116/1/MU%C3%91OZ%20BENAVIDES%20GIRA.pdf>
- Noel P. M. y Serna F. Y. (2017). Tesis “Gestión del Talento Humano y la Calidad del Servicio en Hoteles Tres Estrellas del Distrito de Zorritos – 2015”. Universidad Nacional de Tumbes. Recuperado de: <http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/UNITUMBES/89/TESIS%20-%20NOEL%20Y%20SERNA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Organización Mundial del Turismo OMT: Informe Anual de la OMT, Reporte Anual 2017, acceso el 16 de junio de 2018, <http://www2.unwto.org/es/annual-reports>

- Parada, G.O. (2003). Desarrollo y aplicación de un modelo operacional para la gestión de aprovisionamiento hotelera. Universidad de Oriente. Cuba. Facultad de Economía. Pág. 1
- Pizzo, M. (2013). Plan de Mejoramiento en la calidad del servicio al cliente, inmediato y simple. Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/plan-de-mejoramiento-en-la-calidad-del-servicio-al-cliente-inmediato-y-simple/>
- Reglamento de Establecimientos de Hospedaje. (2014). MINCETUR. Lima. Perú. p. 4. Recuperado de: [http://transparencia.mincetur.gob.pe/documentos/newweb/Portals/0/transparencia/proyectos%20resoluciones/Reglamento\\_Establecimiento\\_Hospedaje\\_2014\\_reglamento.pdf](http://transparencia.mincetur.gob.pe/documentos/newweb/Portals/0/transparencia/proyectos%20resoluciones/Reglamento_Establecimiento_Hospedaje_2014_reglamento.pdf)
- Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce, “Fundamentos de Marketing” 13va. Edición Mc Graw Hill, 2004, P. 597,598. ISBN. 970-10-3964-5 Recuperado de: <http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/7043/7/629.2-A951e-Bga.pdf>
- Valladolid F., F. (2012). Establecimientos Hoteleros. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo. Perú. p.8. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/oscarlopezregalado/establecimientos-hoteleros>

## VIII. ANEXOS

### ANEXOS 01: CRONOGRAMA DE ACTIVIDAD.

Actividades	2019													
	ABR		MAY						JUN				JUL	
	08	09-30	01-07	09-15	16-22	23-29	30-31	01-12	13	20	21-27	28	28	
ELABORACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	X	X	X											
INICIO DE CLASE	X													
RECOJO DE DATOS				X										
PROCESAMIENTO DE DATOS					X									
ANÁLISIS DE DATOS						X								
ELABORACIÓN DE INFORME DE INVESTIGACIÓN							X	X						
ELABORACIÓN DE ARTÍCULO CEINTIFICO									X					
PREBANCA										X				
LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES											X			
SUSTENTACIÓN												X		
TERMINO DE CLASE													X	
TERMINO DE CLASE													X	

Docente Tutor Investigador ESCOBEDO GALVEZ JOSE FERNANDO  
 Escuela Profesional ADMINISTRACIÓN  
 ULADECH Católica – TUMBES



**ANEXO 02: PRESUPUESTO FINANCIAMIENTO**

<b>RUBRO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
<b>MATERIALES</b>	<b>01</b>	<b>Corrector</b>	<b>S/. 2.00</b>	<b>S/.2.00</b>
	<b>50</b>	<b>Hojas Bond</b>	<b>S/. 0.10</b>	<b>S/.5.00</b>
	<b>02</b>	<b>Lapicero</b>	<b>S/. 1.50</b>	<b>S/.3.00</b>
	<b>01</b>	<b>Resaltador</b>	<b>S/. 2.00</b>	<b>S/.2.00</b>
	<b>01</b>	<b>Engrapador</b>	<b>S/. 12.00</b>	<b>S/.12.00</b>
			<b>Grapas</b>	<b>S/. 3.00</b>
<b>SERVICIOS</b>	<b>10 Horas</b>	<b>Uso de Internet</b>	<b>S/.1.50</b>	<b>S/.15.00</b>
	<b>03</b>	<b>Refrigerios</b>	<b>S/.4.00</b>	<b>S/.12.00</b>
	<b>50</b>	<b>Fotocopias</b>	<b>S/.0.10</b>	<b>S/.5.00</b>
	<b>02</b>	<b>Impresión</b>	<b>S/.0.50</b>	<b>S/.1.00</b>
<b>TALLER CURRICULAR</b>	<b>01</b>	<b>Matricula y Anti plagió</b>	<b>S/.400</b>	<b>S/.400</b>
	<b>02</b>	<b>Pensión</b>	<b>S/.850</b>	<b>S/.1700</b>
<b>MOVILIDAD</b>		<b>Movilidad</b>	<b>S/.20</b>	<b>S/.20.00</b>
<b>TOTAL</b>				<b>S/. 2180</b>

### ANEXO 03: ENCUESTA



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

#### ARRIBAN AL PUNTA SAL CLUB HOTEL

La presente encuesta tiene por objeto adquirir información para el Proyecto de Tesis denominada “Evaluación de la Calidad del Servicio en los Establecimientos de Hospedaje en el Distrito de Canoas de Punta Sal de la Provincia de Contralmirante Villar del Departamento de Tumbes - 2019”. Se agradece su colaboración.

**INSTRUCCIONES: MARQUE CON UN ASPA (X) LA RESPUESTA QUE ESTIME CONVENIENTE Y ESPECIFICAR CUANDO SEA NECESARIO.**

1. Sexo: (M)            (F)
2. Edad:
3. Nacionalidad:
4. Ocupación:

Razón por la que visita la región Tumbes: VACACIONES?

- a) SI
- b) NO

¿Visita con frecuencia la región Tumbes?

- a) SI
- b) NO

¿La temporada de verano es en la región Tumbes donde concurre?

- a) SI
- b) NO

¿Considera que la calidad del servicio en un Establecimiento de Hospedaje es buena?

- a) SI
- b) NO

¿Se enteró de los Establecimientos de Canoas de Punta Sal via redes sociales?

- a) SI
- b) NO

¿Opina usted que el servicio brindado por los Establecimientos de Hospedaje del Distrito de Punta Sal es excelente?

- a) SI
- b) NO

¿Conoce usted los indicadores que favorecerían a mejorar la calidad de servicio?

- a) SI
- b) NO

¿Considera que los estándares de calidad del hospedaje son los adecuados?

- a) SI
- b) NO

## ANEXO 04: TURNITIN

