



---

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

**CALIDAD DEL SERVICIO EN LA SATISFACCIÓN DEL  
CLIENTE DE LA MYPE, SECTOR SERVICIO – RUBRO HOTEL,  
ESTUDIO DE CASO: PANQUITA JUNIORS DEL DISTRITO DE  
LUNAHUANÁ - PROVINCIA DE CAÑETE, AÑO 2019**

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

**AUTORA:**

**BACH. VICENTE SAMAN, MARICIELO ROSARIO**

**ASESOR:**

**MGTR. JURADO GUILLÉN, JESÚS ALEJANDRO**

**CAÑETE-PERU**

**2019**

## **TÍTULO DE LA TESIS**

**CALIDAD DEL SERVICIO EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA MYPE,  
SECTOR SERVICIO – RUBRO HOTEL, ESTUDIO DE CASO: PANQUITA JUNIORS  
DEL DISTRITO DE LUNAHUANA - PROVINCIA DE CAÑETE, AÑO 2019**

## HOJA JURADO EVALUADOR Y ASESOR DE TESIS

---

DRA.CARMEN ROSA ZENOZAIN CORDERO  
**PRESIDENTE**

---

LIC. ADM. VICTOR HUGO ESPINOSA  
OTOYA  
**MIEMBRO**

---

MGTR. LIZBETH GIOVANA RALLI MAGIPO  
**MIEMBRO**

---

MGTR. JESUS ALEJANDRO JURADO  
GUILLEN  
**ASESOR**

## DEDICATORIA

Primeramente, agradecer a dios por siempre guiar mi camino por más difícil que haya sido siempre estuvo a mi lado.

A mi familia, por inculcar en mi los buenos valores y sobre todo las ganas de seguir adelante a pesar de tantas dificultades de la vida.

## AGRADECIMIENTO

A Dios por guiarme a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y sobre todo por enseñarme a ser una persona humilde.

A mis padres y hermanos quienes estuvieron siempre a mi lado apoyándome en todo momento a pesar de todos los obstáculos.

A mis amistades por sus palabras de aliento y cariño.

Finalmente agradecer a los profesores quienes depositaron en nosotros sus enseñanzas y sobre todo por alentarnos a seguir adelante en culminar la carrera profesional.

## RESUMEN

La presente investigación ha desarrollado el siguiente enunciado ¿Cuáles son las características de la Calidad del Servicio en la Satisfacción del Cliente de la MYPE, Sector Servicio – Rubro Hotel, Estudio de Caso: Panquita Juniors del Distrito de Lunahuaná - Provincia de Cañete, Año 2019, Y para ello se estableció como objetivo general: Determinar las Características de la Calidad del Servicio en la Satisfacción del Cliente de la MYPE, Sector Servicio – Rubro Hotel, Estudio de Caso: Panquita Juniors del Distrito de Lunahuaná -Provincia de Cañete, Año 2019.La presente investigación fue Cualitativo de tipo Fenomenológico – Caso Único, nivel de Investigación descriptivo, con Diseño no Experimental -Transversal. Se utilizó una población y una muestra de la MYPE, Estudio de Caso Panquita Juniors aplicando la técnica de entrevista atreves del instrumento guía de entrevista. Como resultado en la entrevista al presentante de la MYPE se obtuvo que la empresa hotelera tiene características tangibles e intangibles como su infraestructura que es la primera impresión del cliente, el restaurant, áreas verdes con juegos infantiles, las habitaciones con implementos de última tecnología y por último la atracción más importante del cliente una piscina en la terraza. Se ofrece un buen servicio mediante un grupo de trabajadores capacitados para atender a los clientes. Se llegó a la conclusión que el hotel Panquita Juniors si cumple con las características necesarias para satisfacer las necesidades del huésped, como también ofreciendo un servicio de calidad por parte de sus trabajadores capacitados e incentivados.

**Palabras clave:** Calidad, Cliente, Satisfacción, Servicio, MYPE.

## ABSTRAC

The present investigation has developed the following statement: What are the characteristics of the Service Quality in Customer Satisfaction of the MSE, Service Sector - Hotel Rubro, Case Study: Panquita Juniors of the District of Lunahuaná - Province of Cañete, Year 2019 , And for this was established as a general objective: Determine the Characteristics of Service Quality in Customer Satisfaction of the MSE, Service Sector - Hotel Rubro, Case Study: Panquita Juniors of the District of Lunahuaná -Province of Cañete, Year 2019 The present investigation was Qualitative of Phenomenological type - Unique Case, level of descriptive Investigation, with Non Experimental Design - Transversal. A population and a sample of the MYPE were used, Panquita Juniors Case Study applying the interview technique through the interview guide instrument. As a result of the interview with the presenter of the MYPE, it was obtained that the hotel company has tangible and intangible characteristics such as its infrastructure, which is the customer's first impression, the restaurant, green areas with playgrounds, the rooms with latest technology implements and last the most important attraction of the client a pool on the terrace. A good service is offered through a group of workers trained to serve customers. It was concluded that the hotel Panquita Juniors if it meets the necessary characteristics to meet the needs of the guest, as well as offering a quality service by its trained and incentivated workers.

Keywords: Quality, Customer, Satisfaction, Service and MYPE.

## INDICE

<b>TITULO DE LA TESIS .....</b>	<b>ii</b>
<b>HOJA JURADO EVALUADOR Y ASESOR DE TESIS .....</b>	<b>iii</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>iv</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>v</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAC .....</b>	<b>vii</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>II. Revisión de la literatura .....</b>	<b>5</b>
<b>2.1 Antecedentes. ....</b>	<b>5</b>
2.1.1 Antecedentes internacionales. ....	5
2.1.2 Antecedentes nacionales. ....	9
<b>2.2 Bases Teóricas.....</b>	<b>12</b>
2.2.1 Teoría Clásica de la Administración. ....	12
2.2.2 Teoría de la Calidad.....	13
2.2.3 Teoría del Servicio.....	14
2.2.4 Teoría de la Satisfacción al Cliente.....	15
2.2.5 Teoría de las Relaciones Humanas.....	15
<b>2.2 Marco Conceptual .....</b>	<b>16</b>
2.3.1 Definición de Calidad de Servicio.....	16
2.3.2 Definición Satisfacción al cliente.....	19
2.3.3 Definición de Hotel. ....	21
2.3.4 Definición de la MYPES. ....	24
<b>III. Hipótesis .....</b>	<b>25</b>
<b>IV. Metodología.....</b>	<b>26</b>



4.1 Tipo de la investigación. ....	26
4.2 Nivel de investigación de la tesis. ....	26
4.3 Diseño de la investigación. ....	27
4.4 Población y Muestra. ....	27
4.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos. ....	27
4.6 Matriz de categorización. ....	28
4.7 Plan de análisis. ....	29
4.8 Matriz de consistencia. ....	30
4.9 Principios Éticos. ....	31
<b>V. Resultados. ....</b>	<b>32</b>
5.1. Guía de Entrevista ....	32
5.2. Matriz de resultados. ....	37
5.3 Análisis de resultado. ....	39
<b>VI. Conclusión. ....</b>	<b>42</b>
<b>ASPECTOS COMPLEMENTARIOS ..... 44</b>	<b>44</b>
<b>Referencias bibliográficas ..... 44</b>	<b>44</b>
<b>ANEXO N°1..... 49</b>	<b>49</b>
<b>ANEXO N°2..... 50</b>	<b>50</b>
<b>ANEXO N°3..... 51</b>	<b>51</b>
<b>ANEXO N°4..... 52</b>	<b>52</b>

## I. INTRODUCCIÓN

En la presente investigación nos enfocamos en la calidad de servicio en una empresa hotelera para la satisfacción al cliente; el cual es un factor muy primordial para el éxito de la entidad que debe ser brindada en función de las necesidades o deseos del cliente. puesto que incrementará la influencia de visitantes por ende se obtendrá mayores ingresos económicos.

En la actualidad las organizaciones no solo buscan vender sus producto o servicios, sino también posicionarse y ser reconocidos como los mejores en el mercado; si bien es cierto el cliente siempre prefiere al establecimiento que mejor imagen tiene tanto externo como interno .también deben de tener en cuenta en nivel de productividad de los de los trabajadores, porque un trabajador bien orientado y motivado dará todo de sí para realizar y ofrecer un buen trabajo al cliente en este caso al huésped .

La presente investigación tiene como justificación aplicar en la vida práctica porque aquella información contenida servirá para tomar medidas en la mejora de la calidad del servicio hotelero que se ofrece al cliente en los hoteles del distrito de Lunahuaná donde actualmente hay una buena demanda de turismo. Se proporcionará datos importantes que servirán como referencia a futuras investigaciones aplicadas a la calidad de servicio. Lo que permitirá estar mejor preparados para recibir adecuadamente a nuestros clientes el cual su satisfacción será reflejada mayormente en sus intenciones de volver.

En este contexto, se ha podido observar que en diferentes países tienen diferentes definiciones sobre la calidad del servicio y satisfacción al cliente. Es así como podemos citar a Vargas y Aldana (2014) en Bogotá, manifiestan que tanto la calidad y el servicio no pueden ir uno sin el

otro, es decir, no se puede dar una calidad sin un servicio, si se ejerce la calidad, estará apuntando a un sector más competitivo en el mercado con la finalidad de que las empresas de Colombia puedan promover una mejora continua y a la vez incrementar sus utilidades mediante la satisfacción del cliente. Por otro lado, Ros (2013) en Madrid, sostiene que la calidad de servicio es definida por el cliente dado que él es quien percibe directamente desde que acude hasta que finaliza los servicios que se le brinda, además estará dispuesto a pagar sobre el servicio que percibe relacionando el precio con la calidad, eso quiere decir que el cliente pagaría una cantidad elevada siempre y cuando se le brinde un servicio con calidad óptima.

Por otro lado, Montoya (2013) en la Ciudad de Lima de nuestro país, señala que el valor de un cliente satisfecho va más allá de una venta, es por ello que las empresas peruanas han empezado a interesarse más sobre la experiencia de sus clientes dado que hoy con las redes sociales se pierde el impacto de los clientes insatisfechos. Un cliente insatisfecho hará un número de quejas por la experiencia de compra, por esa razón se debe brindar un servicio de excelencia para que sea altamente favorable tanto para la empresa como para el cliente, teniendo que un cliente satisfecho es aquel que va a recomendar y hacer la mejor publicidad.

Por lo tanto, nos enfocamos en un nivel local (Distrito de Lunahuaná) donde la calidad de servicio es lo primordial para poder satisfacer las necesidades de los clientes, en este caso nos basamos al rubro hotelero. Donde declaró el presidente de la cámara nacional de turismo CARLOS NACALES (2015) que el 25% de turistas limeños visitan frecuentemente dicho distrito en las épocas de feriado largo. Indico que el crecimiento de visitantes a Lunahuaná causo efecto en el nivel de inversiones en hospedajes; el cual entre todos los hoteles ofrecen más de 3 mil habitaciones de alta calidad, sobre todo con un buen servicio al turista.

De tal motivo que esta investigación se realizó al hotel Panquita Juniors del distrito de Lunahuaná, es uno de los más reconocidos en el distrito de Lunahuaná, dedicado a brindar servicios de calidad al cliente tales como: alojamiento, alimentación, paquetes integrales y servicios complementarios que harán de su estadía en el valle de Lunahuaná una experiencia inolvidable.

Por lo expuesto el enunciado del problema es el siguiente: **¿cuáles son las características de la Calidad del Servicio en la Satisfacción del Cliente de la MYPE, Sector Servicio – Rubro Hotel, Estudio de Caso: Panquita Juniors del Distrito de Lunahuaná -Provincia de Cañete, ¿Año 2019?**

Para dar respuesta al enunciado del problema que se ha expuesto el siguiente objetivo general: **Determinar la característica de la Calidad del Servicio en la Satisfacción del Cliente de la MYPE, Sector Servicio – Rubro Hotel, Estudio de Caso: Panquita Juniors del Distrito de Lunahuaná -Provincia de Cañete, Año 2019.**

Para seguir el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos:

1. Describir la tangibilidad de la Calidad del Servicio en la Satisfacción del Cliente de la MYPE, Sector Servicio – Rubro Hotel, Estudio de Caso: Panquita Juniors del Distrito de Lunahuaná -Provincia de Cañete, Año 2019.
2. Identificar la intangibilidad de la Calidad del Servicio en la Satisfacción del Cliente de la MYPE, Sector Servicio – Rubro Hotel, Estudio de Caso: Panquita Juniors del Distrito de Lunahuaná -Provincia de Cañete, Año 2019.

En la presente investigación se utilizó la siguiente metodología, tipo Cualitativo - Fenomenológico – Caso Único, nivel de Investigación descriptivo, con Diseño no Experimental -

Transversal. Se utilizó una población y una muestra de la MYPE Hotelera “Panquita Juniors” aplicando la técnica de entrevista.

Se obtuvo como resultados en la empresa hotelera Panquita Juniors cuenta con grandes características para ofrecer una estadía placentera a sus huéspedes, como también servicios de calidad para obtener la satisfacción del cliente. Las infraestructuras e instalaciones son diseñados con medidas de seguridad para el cliente, como también los equipamientos son de última tecnología. Por otro lado, identificamos que mediante las capacitaciones e incentivos hacia al trabajador se logra transmitir un buen servicio al cliente.

Todo ello conlleva a obtener sus satisfacciones del cliente y sobre todo lograr su confiabilidad, elección y la emoción de volver a visitar el hotel. Como sabemos un cliente satisfecho siempre recomendará y se producirá otro nuevo cliente cumpliendo con las características tangibles e intangibles que mantiene la empresa.

Finalmente, de acuerdo a la investigación recopilada en el estudio de caso Panquita Juniors ,la empresa cuenta con todos las características importantes tanto tangibles como intangibles para ofrecer una buena calidad de servicio y llegar hacer una empresa hotelera más exitosa , sin obviar no solo implica tener una hotel de lujo o con implementaciones modernas o de tecnología ; también el personal tiene que mantenerse capacitado para poder ofrecer servicio satisfactorio ,porque vivimos en un mundo de renovaciones.

## II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

### 2.1 Antecedentes.

#### 2.1.1 Antecedentes internacionales.

Ballestas & Toncel (2016). Tesis: *“Evaluación de la Calidad del Servicio al Cliente que prestan los Hoteles 5 estrellas de la Ciudad de Cartagena”*. Trabajo presentado como requisitos para optar el título de Administrador en Finanzas y Negocios Internacionales en la Universidad Tecnológica de Bolívar. Tiene como Objetivo General: Realizar una investigación de mercado con el fin de medir la efectividad de la calidad del servicio que se les está brindando a los clientes hospedados en los hoteles de 5 estrellas en Cartagena de Indias. Metodología de la investigación, se encuentra enmarcado en la investigación Descriptiva Analítica. La investigación llega a la conclusión que el crecimiento global del sector de los servicios, la necesidad de dinamizar la economía y de diversificar las oportunidades de redistribución de recursos, la respuesta multicultural y ecologista a la globalización son algunos de los factores que han convertido al turismo, hoy por hoy, en una importante alternativa de desarrollo para los países y para las regiones.

Joubert (2015). Tesis: *“Los sistemas de gestión de calidad en el sector hotelero: perspectivas y desafíos para su implementación en hoteles de la ciudad de Neuquén”*. Trabajo Profesional de Tesis de Maestría de la U.N. de Quilmes. En esta investigación, el autor propone como Objetivo General: Indagar sobre la potencialidad y la factibilidad de aplicar SGC en los hoteles de la ciudad de Neuquén y, a partir del análisis, sugerir propuestas que permitan a los gerentes y/o

dueños involucrarse paulatinamente en el proceso de implementación de estos. Se llevó a cabo una investigación cualitativa de carácter descriptivo. Se concluyó que a medida que se fue realizando el análisis de la información, se fueron comprobando cada una de las hipótesis planteadas. Se puede confirmar que la investigación contribuye a dar un panorama cierto de la situación hotelera de la ciudad de Neuquén, así como de las opiniones y percepciones de los gerentes y dueños acerca de la implementación de los SGC. En estos últimos años, la ciudad de Neuquén se ha posicionado como un gran centro de referencia empresarial, administrativo y comercial, que alberga una gran cantidad de servicios, infraestructura y equipamiento, propiciando el desarrollo de sedes de grandes empresas relacionadas, principalmente, con las actividades petrolera, gasífera, minera, hidroeléctrica y estatal. Asimismo, se ha fortalecido como una ciudad de paso para aquellos que se dirigen a los destinos turísticos de la provincia, a quienes provee un servicio de “pernocte” con estadías de una noche, además de otros servicios necesarios propios de una gran ciudad.

Quiróa (2014). Tesis: *“Servicio al Cliente en Hoteles de la ciudad de San Marcos”*. Trabajo realizado para optar el grado Académico en Licenciada en Administración de Empresas en la U. Rafael Landívar. En esta investigación, tiene como Objetivo General: Analizar el servicio al cliente en empresas hoteleras de la ciudad de San Marcos. Se utilizó una metodología de investigación de diseño descriptivo. Se concluyó con lo siguiente:

El servicio que se ofrece al cliente en las empresas hoteleras de la ciudad de San Marcos desde la opinión de los cliente, dueños y trabajadores opinan que es de

gran importancia establecer correctamente el servicio al cliente, porque la imagen, prestigio y posicionamiento de la empresa hotelera tiene que llegar a lograr la fidelización de los usuarios según el objetivo general que muestra la investigación. El servicio al cliente tema muy amplio y novedoso y por lo tanto el grado de conocimiento es poco. A su vez es un tema del cual muchos empresarios han escuchado, pero al no estar bien informados o por falta de interés de este, no se ha ofrecido la atención respectiva es este tema según el objetivo específico número uno. Se determinó que varios de los clientes no se encuentran satisfechos por el servicio que les brindan las empresas hoteleras, por lo tanto, no son clientes frecuentes.

Al terminar la investigación se estableció que las empresas hoteleras no cuentan con las técnicas de servicio al cliente. Ya que los colaboradores no reciben capacitaciones para mejorar el servicio en los hoteles de la ciudad de San Marcos.

Se concluyó que en las empresas hoteleras no existe calidad en el servicio, ya que los clientes se quejan de que no hay comodidad en las habitaciones y no cuentan con medidas de seguridad. Se determinó que las empresas hoteleras de la ciudad de San Marcos no cuentan con una guía del servicio al cliente. Debido a diferentes circunstancias como lo son: el desconocimiento del tema, falta de interés y/o motivación en la aplicación de este.

Zambrano (2015). Tesis: *“Diseño de un plan para mejorar la calidad de los servicios en establecimientos hoteleros de segunda categoría del sector céntrico de la ciudad de Guayaquil”*. Esta investigación previa para el grado académico de



Magister en Administración de Empresas en la U. Católica de Santiago de Guayaquil. Teniendo como Objetivo General: Evaluar la situación actual de la calidad de servicios en establecimientos hoteleros de segunda categoría del sector céntrico de la ciudad de Guayaquil para diseñar un plan de mejora. La Metodología de investigación aplicada, seguido por las técnicas de análisis y recolección de información terminando con el análisis de resultados de las encuestas. La investigación llego a la principal conclusión que la tesis se muestra la importancia de la Industria del turismo en el desarrollo económico y social del país, siendo uno de los sectores estratégicos que está impulsando el actual Gobierno con la nueva matriz productiva. Por lo que entre otros sectores que conforman esta industria, el hotelería ha reflejado un incremento de turistas hospedados en hoteles de diferentes categorías dependiendo de su preferencia y poder adquisitivo. Estos hoteles pueden ser de lujo, primera, segunda o tercera categoría, centrando el estudio en los hoteles de segunda categoría al encontrarse mayor porcentaje de insatisfacción de sus usuarios al no cumplirse sus expectativas en cuanto a la infraestructura del hotel y personal.

Muñoz (2017). Tesis: *“Análisis de la Calidad del Servicio del Hotel Perla Verde de la Ciudad de Esmeraldas”*. Trabajo de Investigación para optar Título de Magíster en Administración de Empresas en la U. Católica del Ecuador. En esta investigación el autor propone como Objetivo: Analizar la calidad del servicio que ofrece el personal del Hotel Perla Verde - Esmeraldas. La metodología de investigación fue descriptiva, fue de carácter cuantitativa-cualitativa. El autor llega a la siguiente conclusión:

Llegamos a la conclusión que existe deficiencia en la toma de decisiones por parte de la gerencia, no realizan capacitaciones a su personal, no existe manuales sobre qué calidad tiene el servicio que se ofrece al cliente; por tal motivo el servicio brindado carece de valor agregado. Por lo tanto, se realizó el análisis FODA y la aplico la medición del modelo de servqual que nos habla de la calidad de servicio.

### **2.1.2 Antecedentes nacionales.**

Cahuaya y Ñahuincopa (2016). Tesis: *“Influencia de la Calidad de Servicio en la Satisfacción del Cliente del Hotel la Hacienda en la Provincia de Angaraes 2015”*. Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título de Licenciado en Administración en la Universidad Nacional del Centro del Perú – Huancayo. En este trabajo, el autor propone el Objetivo general; Determinar la influencia en la Calidad de servicio satisfacción del cliente en hotel La Hacienda – Prov. Angaraes 2015, en donde el objetivo sea la prioridad dentro de un marco de mejora continua en el que se estén involucradas todas las personas de la organización. En la Investigación se usó una metodología científica. Se concluye; que los siguientes factores como: La Calidad, Los elementos tangibles, La empatía, La fiabilidad. La seguridad y lo más importante elementos tangibles influyen para la satisfacción del cliente del hotel La Hacienda - Provincia de Angaraes.

Ballón (2016). Tesis: *“Evaluación En La Calidad de Servicio Y Satisfacción Del Cliente En Los Hoteles De Dos Y Tres Estrellas De La Ciudad De Abancay”*. Trabajo de Investigación para obtener el Título de Licenciado en Administración y Finanzas en la U. ESAN. La investigación tiene como Objetivo: Analizar las variables como calidad de servicio que influyen en la satisfacción al cliente en los

hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay. En la metodología de investigación fue no experimental, debido a que no hubo manipulación intencional, la clasificación de la investigación no experimental fue transversal, con un tipo de investigación explicativa. Se obtuvo como conclusión la palabra “empatía” que obtuvo mayor influencia en la satisfacción al cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay, después le siguió la “capacidad de respuesta” y luego “elementos tangibles”.

Beraún (2017). Tesis: *“Percepción de la Calidad del Servicio de un hotel tres estrellas en el distrito de Independencia, 2016”*. La investigación para optar el grado Académico de Maestra en Administración de Negocios en la Universidad César Vallejos. El autor tiene como Objetivo General: Proponer un plan para mejorar la calidad de servicio del Hotel tres estrellas - distrito de Independencia”. En la investigación se usó una metodología de tipo cualitativo y un diseño no experimental - transversal. Se concluyó con lo siguiente: se recomienda comprar de equipos de tecnología para que los clientes se sientan satisfechos con equipos de tecnología que satisfaga sus necesidades, como también se recomienda mantener actualizados sus redes sociales con informaciones actuales (paquetes corporativos u otros).

Como también se recomienda seguir con las capacitaciones hacia su personal para que ellos se sientan motivados y sobre todo que sepan qué hacer cuando están frente a un cliente sin temor a una equivocación.

Nizama (2018). Tesis: *“La Calidad Percibida del Servicio Hotelero y su Relación en la percepción del cliente, Miraflores, 2017. Caso: Hotel de 3 Estrellas León de oro suites, Área de Front Desk”*. Trabajo presentado en obtener el Grado Académico en Maestra Marketing Turístico - Hotelero – Univ. San Martín de Porres. Tiene como objetivo General: Analizar la relación existente entre calidad percibida y la percepción del cliente en el Hotel León de Oro Suites, distrito de Miraflores, 2017. Metodológicamente la investigación presentada fue descriptiva – no experimental, con un enfoque mixto porque se realizó la combinación cualitativo y cuantitativo; el tipo de investigación es de tipo observacional. La investigación llegó a la principal conclusión que con este plan se busca mejorar la calidad y la imagen del hotel para poder fidelizar a los clientes; teniendo presente el desarrollo de una mayor confiabilidad acorde al servicio ofrecido, en la evaluación de la empatía se considera el reforzamiento de esta por medio de las capacitaciones en el servicio hacia el cliente. Y si se habla del nivel de diligencia se trabajaría con estándares que contribuyan a la mejora del trabajo en equipo y la comunicación.

Todo ello aportará al crecimiento de la calidad en la gestión y la percepción que el cliente busca a través del marketing.

Cueva (2015). Tesis: *“Evaluación de la calidad percibida por los clientes del Hotel Los Portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones”*. Trabajo presentado para optar el título Profesional de Ingeniero Industrial y de Sistemas en la Universidad De Piura. En este trabajo el autor tiene como Objetivo Principal dar a conocer la escala SERVQUEAL, una nueva metodología para

medir la calidad de servicio, muy utilizada en el mundo de servicios, pero poco aplicada en nuestro país. Metodológicamente la investigación es cualitativa de tipo aplicada, con un nivel de investigación descriptivo y un diseño no experimental transaccional. La investigación llego a la principal conclusión; La calidad de servicios se ha convertido en un aspecto clave en la rentabilidad de las empresas. De ella depende en gran medida la satisfacción de los clientes, de la cual se desprenden factores importantes como la frecuencia de compra, la fidelidad del cliente y la recomendación del servicio. Por ello, las empresas cada vez prestan más atención a estos aspectos, y buscan continuamente mejorar la calidad de sus servicios para captar un mayor número de clientes y mantener a los existentes.

## **2.2 Bases Teóricas.**

### **2.2.1 Teoría Clásica de la Administración.**

Chiavenato (2011) indica que Henri Fayol fue el fundador de la escuela clásica de la administración, no porque fue el primero en estudiar el comportamiento gerencial, sino porque fue el primero en sistematizarlo. Fayol defino el acto de administrar como: prever, organizar, dirigir, coordinar y controlar. Estos son aquellos elementos de la administración que constituyen el llamado proceso administrativo que se encuentran en el trabajo del administrador de cualquier nivel o área de actividad de la empresa donde labore ya que son actividades administrativas esenciales. Para Fayol como toda ciencia se debe basar en leyes o principios el cual definió los principios de la administración sistematizándolos sin mucha originalidad, porque en la administración todo es cuestión de medir, ponderación, y sentido común y se adaptan a cualquier tiempo, lugar o circunstancia. (pág. 60).

### **2.2.2 Teoría de la Calidad**

Joseph Juran (1992) indica que la calidad en los productos o servicios de una empresa es trabajar para concretar los peligros de tener una baja calidad, adecuar al uso que se le va a dar, lograr adecuarse a los estándares de calidad definidos previamente, aplicar la mejora constante, considerar la calidad como una inversión. Juran enfatiza la responsabilidad de la administración para mejorar el cumplimiento de las necesidades de los clientes. Una de sus aportaciones clave es lo que se conoce como la trilogía de la calidad que se compone por tres procesos administrativos:

Planificación de la calidad: es la actividad para desarrollar los productos y procesos requeridos para satisfacer las necesidades de los clientes.

Control de la calidad: evaluar el comportamiento de la calidad real, comparar el comportamiento real con los objetivos de la calidad.

Mejora de la calidad: Generalmente nace de la detección de los errores, conocer su origen nos permite encontrar una oportunidad de mejora del proceso. (pág.15).

Deming (1989) define la calidad como un producto o un servicio tiene calidad si sirven de ayuda a alguien y disfrutan de un mercado bueno y sostenido. Algunas de las ideas de la administración surgieron de su experiencia en Hawthorne donde los trabajadores eran remunerados de acuerdo con lo que producían.

Para Deming sus 14 principios gerenciales que constituyen el pilar para el desarrollo de la calidad .no es suficiente con tan solo resolver los problemas grandes o pequeños. La adopción y la actuación sobre sobre los 14 puntos es una

señal de que la dirección tiene la intención de permanecer en el negocio y apunta a proteger a los inversores y a los puestos de trabajo. Estos 14 puntos sirven en cualquier parte, tanto como en las pequeñas organizaciones como en las más grandes, en las empresas de servicios y en las dedicadas a fabricación. (pág.19).

Por otro lado, el ciclo PDCA fue ideado originalmente por Stewart, pero más adelante adoptado por Deming quien es reconocido como el personaje más importante del mundo de la calidad. El círculo de Deming o ciclo PDCA consiste en una serie de 4 elementos que se llevan a cabo consecutivamente: planear, actuar, hacer, verificar. (pág. 67).

### **2.2.3 Teoría del Servicio**

Villalba (2013) indica que Fisher considera que el conocimiento de cuál permanente y normal de la actividad de servicio, se ha acumulado tradicionalmente en la forma tácita en la habilidad profesional de personas encargados de la actividad, pero hoy día más y más de ello es documentado en escritura por los investigadores, a la vez lo expone como un tipo de bien económico; que constituye lo que denomina el sector terciario, todo el que trabaja y no produce bienes se supone que produce servicios, es importante tener en cuenta que la intangibilidad, inseparabilidad, heterogeneidad y caducidad son elementos diferenciadores que pueden estar vinculados o no con un producto físico, es decir, los servicios no pueden ser comprobados por el consumidor antes de su compra, por lo tanto no pueden asegurar su calidad, convirtiéndose el acto mismo en un resultado (pág. 58).

#### **2.2.4 Teoría de la Satisfacción al Cliente**

Kotler & Keller (2006) La satisfacción del cliente es como “Una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previas. Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado”. (pág. 144)

#### **2.2.5 Teoría de las Relaciones Humanas**

Aguirre (2013) indica que Elton Mayo en su teoría se origina por la necesidad de alcanzar una eficiencia completa en la producción dentro de una armonía laboral entre el obrero y el patrón, esta teoría se preocupa prioritariamente por estudiar la opresión del hombre a manos del esclavizante desarrollo de la civilización industrializada (pág. 03).

##### **Necesidad de las Relaciones Humanas:**

Et al (2013), esta teoría nace con la necesidad de contrarrestar la fuerte tendencia a la deshumanización del trabajo que se presentó con la aplicación de métodos rigurosos, científicos y precisos, a los cuales los trabajadores debían someterse forzosamente, también se origina por la necesidad de alcanzar una eficiencia completa en la producción dentro de una armonía laboral entre el obrero y el patrón, en razón a las limitaciones que presentan las teorías clásica y científica de la administración, que con el fin de aumentar la rentabilidad del negocio llegó al extremo de la explotación de los trabajadores (pág. 04).



## **2.2 Marco Conceptual**

### **2.3.1 Definición de Calidad de Servicio.**

Pamides (2004) La calidad de servicio se ha ido consolidando ya que se ha tratado cada vez más por los investigadores. La calidad en los servicios se viene considerando uno de los asuntos más importantes en la actualidad. Además, ha ido adquiriendo un papel preponderante para las organizaciones, ya que se ha convertido en una estrategia que permite satisfacer al cliente. Se proponen algunas definiciones relacionadas con la calidad de servicio para finalmente construir la más pertinente para la presente investigación. (pág. 06).

Prieto (2014) Menciona que la calidad de servicio es el beneficio que posee una empresa para que el cliente se sienta satisfecho; ya que los productos o servicios que brinda la empresa va dirigido a sus necesidades de los clientes. (pág. 129).

Zeithaml y Bitner (2002) la calidad en el servicio es un componente primordial de las percepciones del cliente. La calidad es el elemento que predomina en las evaluaciones de los clientes. En los casos que ofrecen servicios al cliente o los servicios en combinación con un producto físico, la calidad en el servicio también puede ser fundamental para determinar la satisfacción del cliente. Por ejemplo, sus dimensiones:

#### **2.3.1.1. Dimensiones de calidad de servicio**

Las dimensiones del servicio son aquellos matices que añaden valor al mismo, como son:

a) Elementos tangibles: Zeithaml y Bitner (2002) Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales. Como se mencionó anteriormente, la propia naturaleza intangible del servicio hace que se tienda a “tangibilizarlo”. (pág. 103).

b) Fiabilidad. Zeithaml y Bitner (2002) Es la habilidad que posee la empresa para suministrar el servicio prometido de forma fiable, segura y cuidadosa. Dar fiabilidad al cliente es también cumplir lo que se promete en folletos, hojas de horarios, etc. (pág. 103).

c) Capacidad de respuesta. Zeithaml y Bitner (2002) Disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido. Significa, simplemente, que el “NO, no existe”. Es decir, la organización debe ser capaz de responder eficazmente a situaciones inesperadas. (pág. 103).

d) Seguridad. Zeithaml y Bitner (2002) Es el sentimiento que tiene los clientes cuando saben que están en buenas manos. Son, sobre todo, la imagen y el nombre de la empresa lo que crea estas sensaciones en los clientes. (pág. 103).

e) Empatía. Zeithaml y Bitner (2002) Es la capacidad que tiene una persona para ponerse en el lugar de otra, es decir, empatía es “ponerse en los zapatos del cliente”. Es un compromiso, un deseo de comprender sus necesidades y entender que el cliente es lo más importante. (pág. 103).

### **2.3.1.2. Calidad**

Fomento 2013, Se define como el número de rasgos y características que posee los servicios o productos se sustenta en la obligación de cumplir con las necesidades y expectativas de los clientes al momento de adquirirlos, dichos productos fueron creado con ese fin. Calidad se define además como una forma de gestión en el cual se incluyen conceptos como de mejora continua en cualquier organización que afecta tanto a los procesos como a las personas. (pág. 02).

### **2.3.1.3. Servicio**

Thompson 2013 Son actividades identificables, intangibles y pasajeras que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente (pág. 06).

### **2.3.1.4. Características del servicio**

#### **Intangibilidad**

Zeithaml y Bitner (2002) los servicios son ejecutados o en acciones en lugar de objeto, no es posible verlos, sentirlos, disgustarlos ni tocarlos de la misma forma que se puede percibir los bienes tangibles como, por ejemplo: (los servicios para el cuidado de la salud son acciones que realizan los proveedores y que se dirigen hacia los pacientes y a sus familiares. (pág. 15).

## **Heterogeneidad**

Zeithaml y Bitner (2002) deriva del hecho de que ningún cliente es exactamente igual que el otro, cada uno tiene demandas singulares o experimenta el servicio de manera única. por consiguiente la heterogeneidad relacionada con los servicios es en muchos sentidos el resultado de la interacción entre las personas. (pág. 15).

## **Carácter perecedero**

Zeithaml y Bitner (2002) se refiere al hecho de que los servicios no puedan preservarse, almacenarse, revenderse o regresarse. No es posible reclamar p revender tiempo después, ni el asiento de un avión o en un restaurant, un ahora de tiempo de un abogado o capacidad de una línea telefónica que no se utilizan. (pág. 15).

### **2.3.2 Definición Satisfacción al cliente.**

Kotler & Keller (2006): La satisfacción del cliente se define como “Una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previas. Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado”. (pág. 144).

Tigani (2006): En su libro “Excelencia en Servicio” refiere: La percepción de la Calidad del Servicio está totalmente ligada a la cultura del cliente. “La

ambientación, el aspecto personal, el lenguaje utilizado en la comunicación, etc. Son características del tipo de comercio y pueden agregar o destruir valor para el cliente”. (pág. 38,39).

Zeithaml y Bitner (2002):la satisfacción del cliente en cuanto a un producto o servicio está influenciada significativamente por la evaluación que hace el sobre las características del producto o servicio. En caso del servicio como el que presta un hotel para vacacionar, entre las características importantes se pueden incluir el área de la alberca, el acceso a sus instalaciones y la atención y cortesía del equipo de trabajadores. (pág. 95).

### **2.3.2.1. Elementos que conforman la Satisfacción al Cliente**

#### **El rendimiento percibido**

Thompson 2006, se refiere al desempeño que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Como también por otro dicho conocido como el resultado que el cliente obtuvo en el producto o servicio que adquirió. (pág. 06).

#### **Las expectativas**

Thompson 2006, son las esperanzas que los clientes tienen por conseguir algo. Las expectativas de los clientes se producen por el efecto de una o más promesas que hace la misma empresa acerca de los indicadores, beneficios que brindan el producto o servicio. (pág. 06).

**Los niveles de satisfacción:** Thompson 2006 Luego realizada la compra o adquisición de un producto o servicios, los clientes experimentan uno de estos tres niveles de satisfacción como insatisfacción, satisfacción, complacencia. (pág. 06).

### **2.3.3 Definición de Hotel.**

Martínez, 2013. Es un establecimiento dedicado al alojamiento de huéspedes o viajeros. Planificado y acondicionado para otorgar servicio a las personas temporalmente que permite a los visitantes sus desplazamientos en los lugares a los cuales va de forma temporal. (pág. 06)

#### **2.3.3.1. Clasificación del hotel según estrellas**

Hoteles de 1 estrella

Gonzales (2003) los hoteles son siempre las más económicas en donde los servicios que se brindan son menos. (Habitación, con baño privado y otras con baño compartido). (p.22).

Hoteles de 2 estrellas

Gonzales (2003) estos hoteles casi siempre se encuentran en el centro de la ciudad. En donde la vista que ofrecen estos hoteles no es atractiva. Donde se ofrecen habitaciones con baño privado y un espacio más amplio con algún mobiliario extra, como mesa, ropero y sillas, servicio de alimentos y bebidas, en horarios cortados y con menús básicos. (pág. 22).

### Hoteles de 3 estrellas

Ureña (2008) los hoteles deben de ser siempre de lujo, dentro de las promociones del hotel se debe de ofrecer menús (1 plato diferente por día) diarios al cliente, debe haber ventilación. Este tipo de establecimientos deben de contar en sus instalaciones con salones de eventos, 1 restaurante como mínimo, un lobby amplio promoviendo y reflejando la comodidad de los diferentes huéspedes, (pág.88).

#### **2.3.3.2. Clasificación del hotel por dimensión o tamaño**

- a) Pequeño: Enríquez 2015 se refiere a los hoteles que no sobrepasan a las 50 habitaciones. (pág. 03).
- b) Mediano: Enríquez 2015 estos hoteles se pueden ubicar en un rango de 50 a 150 habitaciones. (pág. 03).
- c) Grandes: Enríquez 2015 estos hoteles pueden cubrir desde 150 habitaciones y no tener límites. (pág. 03).

#### **2.3.3.3. Áreas principales de un hotel**

##### **Departamento de reservaciones**

Pereyra (2006) menciona que este departamento se encarga de administrar y controlar los inventarios del día de las diferentes habitaciones y a la vez de procesar todas sus reservas en el sistema del hotel. Donde este se encuentra situado dentro de la división de cuartos. (pág. 34).

### **Departamento de recepción,**

Pereyra (2006) también conocida como “cara del hotel”, área que se encarga de decepcionar a los clientes, donde se le brinda información del hotel y a la vez atendiendo las necesidades desde el momento de su llegada hasta la salida del hotel. (pág.113).

### **Departamento de personal,**

Pereyra (2006) hace referencia que este departamento se le conoce como conserjería o botones, se encarga del traslado de equipaje de los huéspedes y también de localizarlos en caso de que no se encuentren en sus habitaciones, brinda información a los huéspedes sobre los diversos servicios que se ofrecen en el hotel, mantener la limpieza en las áreas de la zona de la entrada, ya que es de mucha importancia que las diferentes áreas siempre permanezcan limpias, reflejando y mostrando una imagen positiva con cortesía y amabilidad. (pág. 26).

### **Departamento de lavandería**

España (2012) menciona que este departamento se encarga de brindar el servicio de lavado y planchado de la ropa de los diferentes huéspedes y colaboradores del hotel, a la vez que tiene bajo su responsabilidad el lavado de la mantelería del restaurante. (pag.14)



### 2.3.4 Definición de la MYPES.

Certus (2019), son una fuente económica instituida por una persona natural o jurídica, que tiene como objeto desarrollar diferentes actividades ya sea como extracción, producción, transformación y/o comercialización de bienes o prestación de servicios. (pág. 1)

- a) **Microempresas: Et (2019)**, Uno de los principales criterios que se utilizan para diferenciar los tipos de empresas es el promedio de ventas anuales. Las microempresas no deben superar los 150 UIT por este concepto. Asimismo, se caracterizan por poseer entre 1 a 10 trabajadores en planilla. (pag.01).
- b) **Pequeñas empresas: Et (2019)**, Una empresa pequeña en el Perú percibe entre 150 y 1,700 UIT en lo que respecta a ventas anuales. La cantidad de trabajadores puede variar de 1 a 100. Algunos negocios que suelen incluirse en este rubro son restaurantes medianos, peluquerías, veterinarias y ferreterías. Actualmente, en el Perú existen más de 50,000 pequeñas empresas, las cuales son, sin duda, una importante fuente de generación de empleos para nuestro país. (pag.01).
- c) **Mediana empresa: Et (2019)**, la mediana empresa se diferencia por tener ventas anuales mayores a 1,700 UIT y menores a 2,300 UIT. Dado que operan con un mayor número de trabajadores, se puede decir que se trata de un modelo de empresa mucho más complejo, en el que se requiere un nivel de organización más sofisticado. (pag.01).

### **III. HIPÓTESIS**

según Hernández (2010), en su libro “metodología de investigación” considera que no hay hipótesis para las investigaciones descriptivas, salvo que nosotros como investigadores encontremos la relación que pueda existir entre las variables y la hipótesis, pero generalmente no hay hipótesis para una investigación descriptiva.

## **IV. METODOLOGÍA**

Se utilizará una investigación cualitativa

### **4.1 Tipo de la investigación.**

Fenomenológico – estudio de caso único; ya que mediante ello se observa aspectos que conciernen al fenómeno de estudio, el compromiso que este suceso tiene dentro de un ámbito socioeconómico.

**López Marsolys (2013)**, Este tipo de investigación necesita métodos de estudios que permitan observar al ser humano como un ente indivisible, singular y único en el mundo, que vive, siente y percibe de manera individual y propia. Nuestro objetivo es analizar la fenomenología como método de investigación y proporcionar elementos que le permitan realizar estudios de tipo cualitativo, ofreciendo una óptica diferente. Porque este método resulta particularmente útil para la interpretación de los hechos y procesos estudiado, captar el sentido de los fenómenos y la intención de las actividades. (pag,02)

### **4.2 Nivel de investigación de la tesis.**

El nivel de investigación será descriptivo

**Fidias G. Arias (2012)**, la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo grupo con el fin de establecer su estructura o comportamiento, los resultados de esta investigación se ubican en un nivel de profundidad de los conocimientos. (pág.24).

#### **4.3 Diseño de la investigación.**

Se utilizará un diseño no experimental-transversal.

- Decimos no experimental ya que no se modificará nada de la realidad, se tomará tal cual como esta se encuentre.
- Transversal, ya que se tendrá en cuenta un tiempo definido, es decir tubo una fecha de inicio y fin; se recolectaron en un tiempo único.

#### **4.4 Población y Muestra.**

Para el desarrollo de investigación se llevará a cabo el estudio de caso único, el cual estará determinado por 01 mype hotelero denominado hotel “Panquita Juniors” del Distrito de Lunahuaná –Provincia de Cañete, Departamento de Lima, Año 2019.

#### **4.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.**

**Técnica:** Es la Entrevista

**El Instrumento:** Guía de Entrevista

#### 4.6 Matriz de categorización.

UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍAS	CONCEPTUALIZACIÓN	SUB CATEGORIA	CONCEPTUALIZACIÓN	ITEMS
CALIDAD DEL SERVICIO EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL HOTEL PANQUITA JUNIORS	<b>Calidad de servicio</b>	Zeithaml y Bitner (2002) la calidad en el servicio es un componente primordial de las percepciones del cliente. En los casos que ofrecen servicios al cliente o los servicios en combinación con un producto físico, la calidad en el servicio también puede ser fundamental para determinar la satisfacción del cliente (pág. 103).	<b>Tangibles</b>  <b>Confianza</b>  <b>Seguridad</b>  <b>Responsabilidad</b>	Zeithaml y Bitner (2002), Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales. (Pag.103). Zeithaml y Bitner (2002), Capacidad para desempeñar el servicio que se promete. (Pag.103). Zeithaml y Bitner (2002), El conocimiento y la cortesía de los empleados y su habilidad para inspirar confianza. (Pag.103). Zeithaml y Bitner (2002), Disponibilidad para ayudar a los clientes. (Pag.103).	1.- ¿Su infraestructura, instalaciones y equipos de su empresa cumplen con los estándares de calidad para ofrecer al cliente? * Cuáles son sus instalaciones modernas que ofrece al cliente. 2.- ¿Cuándo el cliente muestra un problema o inconveniente sinceramente muestran interés en solucionarlo? 3.- ¿El personal que labora en su empresa están capacitados e incentivados para poder ofrecer un buen servicio hacia el cliente? 4.-¿usted qué tipos seguridad ofrece al cliente desde el momento sé que instala en el hotel? 5.- ¿De qué manera usted percibe la satisfacción de sus clientes sobre el servicio brindado en su hotel? 6.- ¿Usted toma en cuenta las expectativas que el cliente desea encontrar en su hotel? 7.- ¿Su nivel de venta llega a cumplir sus expectativas según su dimensión? 8.- ¿Cuánto tiempo lleva su empresa como MYPE en el mercado hotelero?
	<b>Satisfacción al Cliente</b>	Kotler & Keller (2006): La satisfacción del cliente es como “Una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto de beneficios previas. (pag144).	<b>El rendimiento percibido</b>  <b>Las expectativas</b>	Thompson (2006), Desempeño que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. (pág.06) Thompson (2006), Son las esperanzas que el cliente tienen por conseguir algo. (pág.06).	
	<b>Hotel</b>	Martínez (2013), Es un establecimiento dedicado al alojamiento de huéspedes o viajeros. Acondicionado para otorgar servicio a las personas temporalmente. (Pág., 06).	<b>Pequeño</b>  <b>Mediano</b>  <b>Grandes</b>	Enríquez (2015) se refiere a los hoteles que no sobrepasan a las 50 habitaciones. (Pág.03). Enríquez (2015) estos hoteles se pueden ubicar en un rango de 50 a 150 habitaciones. Enríquez (Pág.03). Enríquez (2015) estos hoteles pueden cubrir desde 150 habitaciones y no tener límites. Enríquez (Pág.03).	
	<b>MYPES</b>	Certus (2019), son una fuente económica instituida por una persona natural o jurídica, que tiene como objeto desarrollar diferentes actividades. (Pag,01).	<b>Microempresa</b>  <b>Pequeña empresa</b>  <b>Mediana empresa</b>	Certus(2019),ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT). (pag.01). Certus(2019),ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).(pag.01) Certus(2019),ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT(pag.01).	

#### **4.7 Plan de análisis.**

Para cumplir con los objetivos trazados se realizó algunas preguntas apoyando a la guía de entrevista que tiene relación con la matriz de categorización juntamente con las subcategorías; a la vez aplicamos la técnica de entrevista aplicado al representante de las MYPE del Sector Servicio – Rubro Hotel, Estudio de Caso: Panquita Juniors del Distrito de Lunahuaná -Provincia de Cañete, Año 2019.

#### 4.8 Matriz de consistencia.

Matriz de Consistencia del Proyecto de Investigación

<b>CALIDAD DEL SERVICIO EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA MYPE, SECTOR SERVICIO – RUBRO HOTEL, ESTUDIO DE CASO: “PANQUITA JUNIORS” DEL DISTRITO DE LUNAHUANA -PROVINCIA DE CAÑETE, AÑO 2019.</b>				
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION</b>	<b>CATEGORIA</b>	<b>SUB CATEGORIA</b>	<b>METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN</b>
<b>ENUNCIADO DEL PROBLEMA:</b> ¿cuál es la Calidad del Servicio en la Satisfacción del Cliente de la MYPE, Sector Servicio – Rubro Hotel, Estudio de Caso: Panquita Juniors del Distrito de Lunahuaná -Provincia de Cañete, Año 2019.	<b>OBJETIVO GENERAL:</b> Determinar la característica de la Calidad del Servicio en la Satisfacción del Cliente de la MYPE, Sector Servicio – Rubro Hotel, Estudio de Caso: Panquita Juniors del Distrito de Lunahuaná -Provincia de Cañete, Año 2019.  <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</b> - Describir la tangibilidad de la Calidad del Servicio en la Satisfacción del Cliente de la MYPE, Sector Servicio – Rubro Hotel, Estudio de Caso: Panquita Juniors del Distrito de Lunahuaná -Provincia de Cañete, Año 2019. -Identificar la intangibilidad de la Calidad del Servicio en la Satisfacción del Cliente de la MYPE, Sector Servicio – Rubro Hotel, Estudio de Caso: Panquita Juniors del Distrito de Lunahuaná -Provincia de Cañete, Año 2019.	Calidad de Servicio	Tangibles Confianza Seguridad Responsabilidad	<b>Tipo de investigación:</b> El tipo de Investigación será Cualitativa. Fenomenológico -Estudio de Caso <b>Método de investigación:</b> El nivel de investigación que se utilizará será descriptivo con la finalidad de recolectar la información que sea necesaria. <b>Diseño de investigación:</b> *Decimos no experimental ya que no se modificará nada de la realidad, se tomará tal cual como esta se encuentre. *Transversal, ya que se tendrá en cuenta un tiempo definido, es decir tubo una fecha de inicio y fin; se recolectaron en un tiempo único. <b>Técnica de la investigación:</b> *Entrevista <b>Muestra:</b> Se utilizará 1 MYPE del hotel RUMI WASI del distrito de Lunahuaná.
		Satisfacción al Cliente	El rendimiento percibido Las Expectativas	
		Hotel	Pequeño Mediano Grandes	
		MYPES	Microempresa Pequeña empresa Mediana empresa	

#### **4.9 Principios Éticos.**

La presente investigación que realiza con hechos reales, estará fundamentada por principios éticos, en primer lugar por la autonomía, donde la persona determina por si misma velando por los intereses de los demás en este caso estaría determinado por el representante legal de la MYPE, además el principio de confiabilidad ayudará a que todo se desarrolle adecuadamente teniendo en cuenta el respeto hacia los otros, también se tomara en cuenta la beneficencia, el cual busca contribuir con las demás personas como por ejemplo universitarios, docentes, entre otros y por último el de responsabilidad, ya que el recojo de información será tomado tal igual que se nos presentó, lo cual estará reflejado en los resultados finales .



## V. RESULTADOS

### 5.1. Guía de Entrevista

**Cuadro 1: Toma de información entrevistado 1**

Preguntas	Entrevistado 1
<p>1.- Su infraestructura, instalaciones y equipos de su empresa cumplen con los estándares de calidad para ofrecer al cliente.</p> <p>¿Cuáles son sus instalaciones e implementos modernos que ofrece al cliente?</p>	<p>Si cumplen con los estándares de calidad. La infraestructura y las instalaciones fueron diseñadas con modelos muy creativos con opiniones de personas especializadas como ingenieros y arquitectos y sobre todo mi opinión, sobre todo para la seguridad del cliente especialmente para los niños. Con respecto con las implementaciones se ha implementado con equipos, muebles, utensilios de última tecnología cada vez innovando. Por lo tanto, podemos diferenciarnos de la competencia y poder cumplir con todo aquel requisito de calidad que se ofrece al cliente para obtener la elección de ellos.</p> <p>Las instalaciones que ofrece mi empresa a los clientes son las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Habitaciones matrimoniales (tv, agua caliente, muebles, equipo de sonido, frio bar, ropero, cama amplia, toallas, baño propio)</li> <li>• Habitaciones dobles (tv, agua caliente, muebles, equipo de sonido, frio bar, ropero, cama amplia, toallas, baño propio)</li> <li>• Habitaciones triples (tv, agua caliente, muebles, equipo de sonido, frio bar, ropero, cama amplia, toallas, baño propio).</li> <li>• Suite (yacusi con masajes, tv, agua caliente, muebles, equipo de sonido, frio bar, ropero, cama amplia, toallas, baño propio)</li> <li>• Servicio de restaurant</li> <li>• Servicio de lavandería</li> <li>• Wi-fi</li> <li>• Amplia plaza de estacionamiento</li> <li>• Y por último la piscina que está ubicada en la azotea, lo cual ninguna empresa hotelera en el distrito de Lunahuaná lo tiene.es el atractivo mas importante para mi empresa y gracias a ellos he captado más clientes.</li> </ul> <p>Desde que se muestra la piscina al huésped quedan fascinados y de inmediato reservan su habitación, sin importar si el clima esta adecuado para poder utilizar la piscina, porque en temporada de invierno en el distrito de Lunahuaná no todos los días tenemos el sol radiante.</p>

**Cuadro 2: Toma de información entrevistado 1**

Preguntas	Entrevistado 1
2.-¿Cuando el cliente muestra un problema o inconveniente dentro de su empresa sinceramente muestran interés en solucionarlo?.	<p>Siempre tratamos de solucionar todo aquel problema que presente el huésped; en particular mi persona siempre está ahí guiando a los trabajadores para que ofrezcan un buen trato y servicio hacia él huésped y solucionar a la brevedad posible el malestar que presenten los huéspedes.</p> <p>Como por ejemplo sabemos que el Distrito de Lunahuaná es un lugar turístico el cual recibimos turistas extranjeros; por lo tanto, siempre los turistas extranjeros tienen dificultades o problemas en las comidas, como también en adaptarse a nuestro idioma. A medida que se da estos problemas lo solucionamos para que el huésped se sienta como en casa y mas no como un extraño para ello contamos con personal especializado y capacitado.</p>

**Cuadro 3: Toma de información entrevistado 1**

Preguntas	Entrevistado 1
3.- ¿El personal que labora en su empresa están capacitados e incentivados para poder ofrecer un servicio de calidad al cliente?	<p>Si todo el personal se capacita constantemente por empresas del estado (CENFOTUR, MINCETUR) dedicadas al turismo con temas muy puntuales e importantes como: atención de recepción, atención en restaurante, comidas extranjeras, preparación de cocteles, cursos de inglés básicos, orden y limpieza de la habitación, primeros auxilios, trato al cliente y sobre la calidad del servicio que se debe ofrecer al huésped.</p> <p>Se capacita con eficacia desde el administrador hasta el personal de limpieza; inclusive mi persona acude con ellos para así obtener más conocimientos que ayudara a mi empresa sobresalir cada día más. Todos los años estas capacitaciones se realizan en la municipalidad distrital de Lunahuaná.</p> <p>También incentivamos a los trabajadores para que ellos se sientan motivados y realicen un buen trabajo, por tal motivo nuestro objetivo es obtener la satisfacción absoluta del huésped.</p> <p>Porque como todos sabemos un personal capacitado y motivado siempre dará todo de ellos en la función que realicen.</p>

**Cuadro 4: Toma de información entrevistado 1**

<b>Preguntas</b>	<b>Entrevistado 1</b>
4.- ¿usted qué tipos seguridad ofrece al cliente desde el momento se que instala en el hotel?	<p>Refrenté a la seguridad le ofrecemos varios tipos por ejemplo:</p> <p>Las instalaciones están diseñadas con seguridad para los clientes sobre todo para los niños.</p> <p>La piscina que se encuentra en la terraza está diseñada con medidas de seguridad y sobre todo cuenta con un personal para su vigilancia.</p> <p>Los trabajadores son personas profesionales, por lo tanto, son seguras para los clientes, referentes Asus pertenecías de los clientes.</p> <p>Transmitimos seguridad mediante nuestra trayectoria para los clientes que desean realizar alguna transacción para recepcionar una habitación, evento o algún servicio que desee de parte del hotel.</p> <p>Y por último todo el equipo de seguridad por alguna emergencia que se presente.</p>

**Cuadro 5: Toma de información entrevistado 1**

<b>Preguntas</b>	<b>Entrevistado 1</b>
5. ¿De qué manera usted percibe la satisfacción de sus clientes sobre el servicio brindado en el hotel?	<p>Se percibe de diferentes maneras cuando el cliente se siente satisfecho con el servicio brindado como son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Cuando el cliente se retira del hotel agradece a todo el personal que lo atendió durante su estadía, en algunos casos suelen dejar una propina para ellos.</li><li>-Cuando el cliente recomienda al hotel mediante un comentario en su página web o en las paginas que el hotel se encuentra afiliado que son booking y trapavisor.</li><li>-Cuando el cliente se muestra fiel al hotel, siempre vuelve a hospedarse las veces que visite el distrito de Lunahuaná.</li></ul> <p>Si los clientes realizan todos los puntos mencionados anterior es porque se fueron totalmente satisfechos de nuestros servicios brindados hacia ellos, por lo tanto, esto me incentiva mas a mi persona seguir mejorando mi empresa.</p>

**Cuadro 6: Toma de información entrevistado 1**

<b>Preguntas</b>	<b>Entrevistado 1</b>
6. ¿Usted toma en cuenta las expectativas que el cliente desea encontrar en su hotel?	Es lo primero que tómanos en cuenta del cliente, sus expectativas, que es lo que desea encontrar en el establecimiento o quizás que debemos de añadir o implementar durante su estadía. Por ejemplo, una familia realiza una recepción para una fecha determinada y nos indican realizaran una parrillada. Para este caso tenemos que comprar todos los implementos necesarios para abastecer la parrillada y de esa manera cumplir con sus expectativas de los huéspedes.

**Cuadro 7: Toma de información entrevistado 1**

<b>Preguntas</b>	<b>Entrevistado 1</b>
7.- ¿Su nivel de venta llega a cumplir sus expectativas según su dimensión?	Durante los 3 últimos años he logrado obtener una gran cartera de clientes fieles a mi establecimiento gracias a mi casi excelente servicio que brindo a los huéspedes; lo cual cada huésped satisfecho genera 1 nuevo cliente. Por tal motivo el nivel de ventas si cumple mis expectativas de acuerdo con el tipo de dimensión que tengo; sobre todo en las fechas ferias genera un porcentaje más alto para cubrir los meses que son bajos. Sin dejar de mencionar las redes sociales y las empresas asociadas que son de gran ayuda para promover mis publicidades y obtener mayor cantidad de clientes. Siempre mi empresa se ha caracterizado por ser veraz en todo tipo de servicio que ofrecemos para así obtener la fiabilidad de los huéspedes que nos prefieren cuando visitan por primera vez el Distrito de Lunahuaná.

**Cuadro 8: Toma de información entrevistado 1**

<b>Preguntas</b>	<b>Entrevistado 1</b>
8.-¿Cuánto tiempo lleva su empresa como mype en el mercado hotelero?	<p>Mi empresa tiene 8 años dentro del mercado hotelero con altos y bajos; pero hemos logrado posicionarlos dentro de uno los mejores y más visitados por los turistas. Ya que caracterizamos por ofrecer precios accesibles, como también cautivando a los huéspedes con nuestros servicios.</p> <p>Quizás con mucho esfuerzo más adelante nos sigamos creciendo y ofreciendo mejores servicios al huésped.</p>

**Elaborado por:** Maricielo rosario Vicente Samán.

## 5.2. Matriz de resultados.

### MATRIZ DE ENTREVISTA - RESULTADOS

OBJETIVOS	PREGUNTA	SUJETO 1	SUJETO 2	CONVERGENCIAS	DIVERGENCIAS	INTERPRETACIÓN
<p><b>OBJETIVO GENERAL:</b> Determinar la característica de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente de la MYPE, Sector Servicio – Hubro Hotel, Estudio de Caso: Panquita Juniors del Distrito de Lunahuaná -Provincia de Cañete, Año 2019.</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</b> <b>O.E.1.</b> Describir la tangibilidad de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente de la MYPE, Sector Servicio – Hubro Hotel, Estudio de Caso: Panquita Juniors del Distrito de Lunahuaná -Provincia de Cañete, Año 2019.</p> <p><b>O.E.2.</b> Identificar la intangibilidad de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente de la MYPE, Sector Servicio – Hubro Hotel, Estudio de Caso: Panquita</p>	<p>1.- ¿Su infraestructura, instalaciones y equipos de su empresa cumplen con los estándares de calidad para ofrecer al cliente?</p> <p>¿Cuáles son sus instalaciones modernas que ofrece al cliente?</p> <p>2.- ¿Cuándo el cliente muestra un problema o inconveniente sinceramente muestran interés en solucionarlo?</p> <p>3.-¿El personal que labora en su empresa están capacitados e incentivados para poder ofrecer un servicio de calidad al cliente?.</p>	<p>la infraestructura, instalaciones y equipos de la empresa si cumplen con todos los estándares de calidad para ofrecer al cliente con diseños modernos y tecnología y sobre todo diseñadas con seguridad hacia el cliente.</p> <p>La empresa cuenta con varias instalaciones novedosas, pero el principal es una piscina en la terraza el cual es el único hotel que lo tiene, por lo tanto, los clientes están más satisfechos</p> <p>El dueño de la empresa es la persona más interesada en solucionar los problemas que surjan los clientes durante la estadía en su hotel.</p> <p>Los trabajadores son capacitados por empresas del estado como es el CENFOTUR y MINCETUR; como también son incentivados por parte de la empresa para poder brindar un buen trato y ofrecer un servicio de calidad al cliente.</p>				<p>la empresa hotelera está diseñada con instalaciones modernas, equipamientos de tecnología para ofrecer un buen servicio al cliente.</p> <p>Las instalaciones del hotel son novedosas y muy pedidas por el cliente, sobre todo si un turista desea viajar en familia porque cumple con las expectativas que se busca al momento de alojarse.</p> <p>Los problemas que presenten los huéspedes en el hotel son solucionados con rapidez y sobre todo con amabilidad.</p> <p>La empresa hotelera tiene personal capacitado e incentivado para así poder ofrecer un ben servicio al huésped y familias que lo visiten.</p>

<p>Juniors del Distrito de Lunahuaná -Provincia de Cañete, Año 2019.</p>	<p>4.¿usted qué tipos seguridad ofrece al cliente desde el momento sé que instala en el hotel?</p> <p>5. ¿De qué manera usted percibe la satisfacción de sus clientes sobre el servicio brindado en su hotel?</p> <p>6.- ¿Usted toma en cuenta las expectativas que el cliente desea encontrar en su hotel?</p> <p>7.-¿Su nivel de venta llega a cumplir sus expectativas según su dimensión.</p> <p>8.-¿Cuánto tiempo lleva su empresa como MYPE en el mercado hotelero?.</p>	<p>El hotel ofrece todas las seguridades que necesita el cliente para una buena estadía y sobre todo seguros.</p> <p>Se percibe la satisfacción del cliente mediante agradecimientos por el servicio, recomendaciones y fidelidad del cliente.</p> <p>Si se toma en cuenta las expectativas del cliente, que es lo que ellos desean encontrar en el hotel para una estadía placentera.</p> <p>Por el servicio que brinda el hotel ha logrado obtener preferencias por los clientes, el cual eso conlleva a obtener un nivel de venta adecuada y satisfactoria según su dimensión.</p> <p>La empresa lleva dentro del mercado hotelero 8 años, trabajando para poder posicionarse como un hotel de prestigio y sobre todo brindando una buena calidad de servicio.</p>				<p>La empresa ofrece seguridad a sus clientes por lo cual es uno de los quesitos más primordial.</p> <p>En el hotel si se ofrece un buen servicio al cliente por tal motivo se percibe la satisfacción de ellos.</p> <p>La empresa toma en cuenta las expectativas del cliente desde el primer instante que tiene comunicación con ellos.</p> <p>La empresa hotelera cumple con sus expectativas sobre sus ventas, sobre todo porque por la preferencia de los clientes.</p> <p>El hotel 8 años en el mercado ya es reconocida como si tuviera mucho más año de creación; pero debería seguir surgiendo porque siempre hay nuevas competencias con ganas de ser los mejores.</p>
--	--	---	--	--	--	--

**Elaborado por:** Maricielo Vicente Samán.

### 5.3 Análisis de resultado.

#### **Con relación al objetivo general:**

Determinar la característica de la Calidad del Servicio en la Satisfacción del Cliente de la MYPE, Sector Servicio – Rubro Hotel, Estudio de Caso: Panquita Juniors del Distrito de Lunahuaná -Provincia de Cañete, Año 2019.

El hotel Panquita Juniors cuenta con grandes características tanto tangibles, seguridad y empatía para ofrecer una estadía placentera al cliente(huésped), ofreciendo servicios de calidad para obtener la satisfacción del cliente.

**Con relación al objetivo específico 1:** Describir la tangibilidad de la Calidad del Servicio en la Satisfacción del Cliente de la MYPE, Sector Servicio – Rubro Hotel, Estudio de Caso: Panquita Juniors del Distrito de Lunahuaná -Provincia de Cañete, Año 2019.

Con respecto a la tangibilidad encontramos características muy importantes como son:

Instalaciones modernas y con seguridad hacia el cliente.

los trabajadores del hotel tienen a paraciencia limpia agradable y están capacitados.

Las habitaciones matrimoniales, dobles, triples y suite cuentan con todos los servicios necesarios para la comodidad del cliente durante su estadía.

El restaurant cuenta con utensilios de tecnología y por último una moderna piscina en la terraza que es el atractivo más favorable del hotel.

Según lo citado y de acuerdo con los antecedentes encontrados Rivera y Arango (2016) quien hablo en elementos tangibles indica que son importantes para llegar a la



satisfacción del cliente porque son características de gran importancia y sobre todo tienen influencia los elementos tangibles y la satisfacción del cliente.

Como también los autores Zeithaml y Bitner (2002), destacan que los servicios utilicen los tangibles para proporcionar e indicar la calidad de los servicios a clientes, lo cual es muy importante para llegar a la satisfacer la cliente.

**Con relación al objetivo específico 2:** Identificar la intangibilidad de la Calidad del Servicio en la Satisfacción del Cliente de la MYPE, Sector Servicio – Rubro Hotel, Estudio de Caso: Panquita Juniors del Distrito de Lunahuaná -Provincia de Cañete, Año 2019.

Con respecto a la intangibilidad Identificamos de la calidad de servicio se identificó las acciones, ejecuciones del servicio que se frece al cliente mediante los trabajadores capacitados, lo cual esto produce en el cliente acciones o sentimientos de satisfacción. Identificamos mediante la entrevista al dueño de la empresa lo siguiente:

El personal siempre está dispuesto a solucionar los problemas que presenten los clientes.

Dar seguridad al cliente ya, sea mediante una transacción, confiabilidad en las personas que trabajan, medidas de seguridad o protección al cliente.

Cumplen con las expectativas que el cliente desea obtener.

La amabilidad que ofrecen en todo momento al cliente que lo mas importante en un establecimiento, porque el cliente ya se sentirá como en casa.

La fidelidad, agradecimiento, recomendaciones del cliente hacia hotel por los servicios ofrecidos.

También identificamos como intangibilidad el tiempo que la empresa demora para obtener las ganancias de acuerdo con su categoría, como también que aprovechan los feriados largos para obtener mayores ventas y así cubrir los gastos en las fechas bajas, pero manteniendo su personal fijo.

Por lo tanto, de acuerdo con los autores Zeithaml y Bitner (2002), comentan la intangibilidad son acción o ejecuciones que no es posible verlos, pero si sentirlos, como el caso de los clientes que se sienten satisfechos por el servicio brindado, Por otra parte, estos autores indican que el servicio no se puede inventariar por la variación de demanda; esto conlleva a que las ventas en un hotel no son fijas varían. Por ejemplo, en febrero hay mas acogida de turista que en el mes de mayo.

## VI. CONCLUSIÓN.

La finalidad de esta investigación del estudio de caso Panquita Juniors, del distrito de Lunahuaná, provincia de cañete, determinar las características de la calidad del servicio-Rubro Hotel, estudio de caso: Panquita Juniors del distrito de Lunahuaná -provincia de cañete, Año 2019. Ya que es importante saber que la calidad se basa en las características tangibles, como intangibles para ofrecer al cliente un buen servicio y obtener la satisfacción del cliente.

**Respecto a describir la tangibilidad de** la calidad del servicio-Rubro Hotel, estudio de caso: Panquita Juniors del distrito de Lunahuaná -provincia de cañete, Año 2019; los resultados indican que la empresa cuenta con elementos tangibles importantes y de calidad para un buen servicio al cliente durante su alojamiento en el hotel. La empresa fijo su misión mas que todo en su infraestructura e instalaciones modernas para mantener una imagen impresionante a diferencia de sus competidores y como también mantiene capacitado a sus trabajadores el cual son ellos quienes tendrán el primer y el ultimo contacto con el cliente.

**Respecto a identificar la intangibilidad de** la calidad del servicio-Rubro Hotel, estudio de caso: Panquita Juniors del distrito de Lunahuaná -provincia de cañete, Año 2019; se concluye habiendo identificado las características intangibles que ofrece el hotel hacia el cliente para satisfacer sus necesidades; como también se identifico acciones de parte del cliente referente al servicio brindado durante su estadía como agradecimientos, recomendaciones y lealtad hacia hotel. Esto conlleva el hotel Panquita Juniors cumple con sus expectativas que el cliente quiere encontrar en transcurso de su alojamiento.

Debido a estos puntos importantes la empresa tiene que seguir esforzándose para obtener mayores resultados por parte de cliente porque es una empresa que tiene pocos años en el mercado hotelero pero que ha logrado posicionarse mucho más rápido como unos de los más reconocidos en el distrito de Lunahuaná por la calidad de servicios que ofrecen al cliente.

De acuerdo a la investigación recopilada en el estudio de caso Panquita Juniors ,la empresa cuenta con todos las características importantes tanto tangibles como intangibles para ofrecer una buena calidad de servicio y llegar hacer una empresa hotelera mas exitosa , sin obviar no solo implica tener una hotel de lujo o con implementaciones modernas o de tecnología ; también el personal tiene que mantenerse capacitado para poder ofrecer servicio satisfactorio ,porque vivimos en un mundo de renovaciones.

Finalmente, toda MYPE es muy importante en nuestro país no solo porque se dedican a diferentes rubros o por el producto o servicios que ofrecen al cliente; sino también porque generan empleos.

Por lo tanto, se concluye esta investigación que siempre en una empresa debe de preocuparse por su imagen que es lo primero que observa el cliente, como también mantener a sus trabajadores capacitados para que ofrezcan sus mejores atenciones hacia el cliente, no es necesario que la empresa gaste dinero en las capacitaciones porque en algunos casos MINCETUR – CONATUR empresas del estado capacitan a todos los integrantes de la empresa de forma gratuita.

## ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

### Referencias bibliográficas

**Arias, G. Fidias. 2012.** *El proyecto de investigación*. Republica boliviana, Venezuela. Episteme, C.A.

**Acuña, R. (2018).** *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro confección y venta de uniformes en general distrito de nuevo chimbote.2016.* (Tesis de grado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote disponible en:

[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1445/](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1445/)

**Ballestas & Toncel (2016).** *Evaluación de la Calidad del Servicio al Cliente que prestan los Hoteles 5 estrellas de la Ciudad de Cartagena. Trabajo presentado como requisitos para optar el título de Administrador en Finanzas y Negocios Internacionales en la Universidad Tecnológica de Bolívar.* Disponible en:

<http://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0039501.pdf>

**Ballón (2016).** “*Evaluación En La Calidad de Servicio Y Satisfacción Del Cliente En Los Hoteles De Dos Y Tres Estrellas De La Ciudad De Abancay*”. Trabajo de Investigación para obtener el Título de Licenciado en Administración y Finanzas en la Universidad ESAN. Disponible en:

[http://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/ESAN/588/2016\\_ADYFI\\_16-](http://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/ESAN/588/2016_ADYFI_16-)

[2\\_01\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/ESAN/588/2016_ADYFI_16-2_01_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

**Beraún (2017).** “*Percepción de la Calidad del Servicio de un hotel tres estrellas en el distrito de Independencia, 2016*”. La investigación para optar el grado Académico de

Maestra en Administración de Negocios en la Universidad César Vallejos.

Disponible en:

[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)

**Cueva (2015).** *“Evaluación de la calidad percibida por los clientes del Hotel Los Portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones”*. Trabajo presentado para optar el título Profesional de Ingeniero Industrial y de Sistemas en la Universidad De Piura.

Disponible en:

[http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3809/1/nizama\\_rgc.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3809/1/nizama_rgc.pdf)

**Castañeda, N. (2015).** *Caracterización de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro sastrería y modistería en el Mercado Buenos Aires, distrito de Chimbote, 2015.* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Disponible en:

[http://virtualnet2.umb.edu.co/virtualnet/archivos/open.php/1037/Contenido\\_Modulo\\_II\\_Servicio\\_al\\_cliente.pdf](http://virtualnet2.umb.edu.co/virtualnet/archivos/open.php/1037/Contenido_Modulo_II_Servicio_al_cliente.pdf)

**Cahuaya y Ñahuincopa (2016).** *“Influencia de la Calidad de Servicio en la Satisfacción del Cliente del Hotel la Hacienda en la Provincia de Angaraes 2015”*. Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título de Licenciado en Administración en la Universidad Nacional del Centro del Perú – Huancayo. Disponible en:

<http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/1288/TESIS%20CAHUAYA-%C3%91AHUINCOPA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

**Cervantes (2016)**, tesis titulada “*Evaluación En La Calidad De Servicio Y Satisfacción Del Cliente En Los Hoteles De Dos Y Tres Estrellas De La Ciudad De Abancay*” de la universidad esan. Disponible en:

[http://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/ESAN/588/2016\\_ADYFI\\_16-2\\_01\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/ESAN/588/2016_ADYFI_16-2_01_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y).

**Joubert (2015)**. *Los sistemas de gestión de calidad en el sector hotelero: perspectivas y desafíos para su implementación en hoteles de la ciudad de Neuquén*. Trabajo Profesional de Tesis de Maestría de la U.N. de Quilmes. Disponible en:

<https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/130/TESIS%20JOUBERT.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

**Eres Torres (2010)** libro titulado *calidad total en la atención al cliente* disponible en:

[https://books.google.com.pe/books?id=xXdBBinORegC&sitesec=buy&hl=es&source=gbv\\_read](https://books.google.com.pe/books?id=xXdBBinORegC&sitesec=buy&hl=es&source=gbv_read)

**Fernando, R. (2014)**. El sector textil-confecciones peruano ha perdido su brillo. *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/peru/sector-textil-confecciones-peruano-perdido-brillo-179574>.

**Gryna M, Chua H, Defeo A. 2007**. *Metodos Juran-Análisis y planeación de la calidad*. México

**Gonzales. (2003)**. *Clasificación de hoteles*. Argentina: Trébol.

**Granado (2017)**, en su tesis titulada “*efectos de la calidad de servicio de los establecimientos de hospedaje y la satisfacción de los turistas en el distrito de san ramón en el 2017*” de la universidad inca Garcilaso de la vega. Disponible en:

<http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2190/TESIS%20DE%20GRANADOS%20BALBIN%20LOURDES.pdf?sequence=3>

**Muñoz (2017).** “*Análisis de la Calidad del Servicio del Hotel Perla Verde de la Ciudad de Esmeraldas*”. Trabajo de Investigación para optar Título de Magíster en Administración de Empresas en la U. Católica del Ecuador. Disponible en:

<https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1116/1/MU%C3%91OZ%20BENAVIDES%20GIRA.pdf>

**Miguel Martínez Miguélez (2014)** Epistemología y Metodología Cualitativa en las Ciencias Sociales. (Cap. 09)

**Nizama (2018).** “*La Calidad Percibida del Servicio Hotelero y su Relación en la percepción del cliente, Miraflores, 2017. Caso: Hotel de 3 Estrellas León de oro suites, Área de Front Desk*”. Trabajo presentado en obtener el Grado Académico en Maestra Marketing Turístico - Hotelero – Universidad. San Martín de Porres. Disponible en:

[http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3809/1/nizama\\_rgc.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3809/1/nizama_rgc.pdf)

**Rodríguez (2016),** en su investigación titulada “*Caracterización de la Gestión de calidad y competitividad de las MYPES en los servicios de venta de electrodomésticos en el Distrito de Juanjuí, año 2016*”, de la Universidad Los Ángeles de Chimbote.

**Quiróa (2014).** “*Servicio al Cliente en Hoteles de la ciudad de San Marcos*”. Trabajo realizado para optar el grado Académico en Licenciada en Administración de Empresas en la U. Rafael Landívar. Disponible en:

<http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Quiroa-Dorys.pdf>



**Zambrano (2015).** *“Diseño de un plan para mejorar la calidad de los servicios en establecimientos hoteleros de segunda categoría del sector céntrico de la ciudad de Guayaquil”*. Esta investigación previa para el grado académico de Magister en Administración de Empresas en la U. Católica de Santiago de Guayaquil. Disponible en:

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/4091/1/T-UCSG-POS-MAE-88.pdf>

**Certus** (25 de marzo del 2019) mi MYPES.recuperado de

<https://www.certus.edu.pe/blog/que-significa-mipymes/>.

**W. Edwards, Deming. 1989.***Calidad, Productivas y Competitividad-La salida de la crisis.* Madrid.

**Zeithaml y Bitner. 2002.***Marketing del servicio-Un enfoque de integración del cliente a la empresa.* México.

## ANEXO N°1

REGISTRO NACIONAL DE MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA - REMYPE							
(Desde el 20/10/2008)							
N° DE RUC.	RAZÓN SOCIAL	FECHA SOLICITUD	ESTADO/CONDICIÓN	FECHA DE ACREDITACIÓN	SITUACIÓN ACTUAL	RESOLUCIÓN / OFICIO DGPE	FECHA DE BAJA / CANCELACIÓN
20490678442	RESTAURANT RUMI WASI SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - RESTAURANT RUMI WASI S.A.C.	28/07/2016	ACREDITADO COMO MICRO EMPRESA	04/08/2016	ACREDITADO	-----	-----

  

REGISTRO NACIONAL DE EMPRESAS ACOGIDAS AL REGIMEN ESPECIAL LABORAL - LEY 28015			
(Hasta el 19/10/2008)			
N° DE RUC.	RAZÓN SOCIAL	ESTADO	FECHA
NO SE ENCONTRARON RESULTADOS PARA ESTA BUSQUEDA			

© 2019 MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO - OFICINA DE INFORMÁTICA / V 1.2 - MÓDULO DE CONSULTAS REMYPE.

Consultas al 630-6000 anexo 1093 (Lima Metropolitana) - 6012 (otros departamentos)

## **ANEXO N°2**

### **GUÍA DE ENTREVISTA**

#### **TITULO**

#### **CALIDAD DEL SERVICIO EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA MYPE, SECTOR SERVICIO – RUBRO HOTEL, ESTUDIO DE CASO: “PANQUITA JUNIORS” DEL DISTRITO DE LUNAHUANA -PROVINCIA DE CAÑETE, AÑO 2019.**

1.- Su infraestructura, instalaciones y equipos de su empresa cumplen con los estándares de calidad para ofrecer al cliente.

\* Cuáles son sus instalaciones modernas que ofrece al cliente.

2.-Cuando el cliente muestra un problema o inconveniente sinceramente muestran interés en solucionarlo.

3.-El personal que labora en su empresa están capacitados e incentivados para poder ofrecer un servicio de calidad al cliente.

4.-Los clientes muestran seguridad cuando realizan una transacción con la empresa al momento de recepcionar su habitación.

5.Su nivel de venta llega a cumplir sus expectativas según su dimensión.

6.- Cuánto tiempo lleva su empresa como MYPE en el mercado hotelera.

7.-. ¿Su nivel de venta llega a cumplir sus expectativas según su dimensión?

8.- ¿Cuánto tiempo lleva su empresa como MYPE en el mercado hotelera?

ANEXO N°3

CARTA DE PRESENTACIÓN



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE  
FILIAL CAÑETE

"AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD"

Cañete, 15 de mayo del 2019

Sr:  
Gabriel Vicente Arata  
Gerente  
HOTEL PANQUITA JUNIOR'S

Recibido  
15/05/19  
Hora: 10:05 AM  
[Signature]

Presente. -

De mi especial consideración:

Por medio del presente le hago llegar mi cordial saludo y a la vez presento al bachiller VICENTE SAMAN MARICIELO ROSARIO con D.N.I. 47416536 código 2511141020, de la E.P. Administración, quien actualmente se encuentra desarrollando el taller de tesis para titulación en esta casa de estudios.

Por ello solicito a su despacho la autorización para recabar información respecto a su representación que será utilizada únicamente con fines científicos y académicos de investigación que se encuentra desarrollando, denominado:

**"CALIDAD DEL SERVICIO EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA MYPE,  
SECTOR SERVICIO – RUBRO HOTEL, ESTUDIO DE CASO: PANQUITA JUNIOR'S DEL  
DISTRITO DE LUNAHUANÁ – PROVINCIA DE CAÑETE, AÑO 2019"**

Estimado le brinde las facilidades que el caso requiere, expreso mi profundo agradecimiento.

Atentamente,

UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES  
CHIMBOTE  
FILIAL CAÑETE  
Lic. Joel Didiés Pardo  
COORDINADOR



Jr. Santa Rita 265 - 269 San Vicente  
Cañete - Perú  
Tel: (01) 5813725  
www.uladech.edu.pe

## ANEXO N°4

### CARTA DE RESPUESTA



"AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCION E IMPUNIDAD"

Lunahuana, 16 de mayo del 2019

Lic. Joel Dioses Pardo  
Coordinador de la Universidad  
ULADECH Filial – Cañete

Presente. –

Por medio del presente le hago llegar mi cordial saludo, en calidad de Gerente del Hotel "Panquita Junior's" del Distrito de Lunahuana, Provincia de Cañete; autorizo a la Bachiller Maricelo Rosario Vicente Samán, identificada con D.N.I 47416536 Código 251114102 de la E.P Administración de la Universidad ULADECH Filial Cañete, a recabar información, realizando las investigaciones científicas y su publicación de estas.

El mismo que se desarrolla para la investigación, denominado:

**"CALIDAD DEL SERVICIO EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA MYPE, SECTOR SERVICIO –  
RUBRO HOTEL, ESTUDIO DE CASO: PANQUITA JUNIORS DEL DISTRITO DE LUNAHUANA, PROVINCIA  
DE CAÑETE, AÑO 2019"**

Sin otro particular, aprovecho la ocasión para hacerle llegar mis consideraciones y estima personal.

Atentamente,

  
GABRIEL VICENTE ARATA  
15634969