



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**GESTION DE CALIDAD Y ATENCION AL CLIENTE DE LAS
MYPE RUBRO HOSPEDAJES EN LA PROVINCIA DE
AYABACA, AÑO 2019**

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

AUTORA:

BRONCANO MERINO, CELIA IRALDA

ORCID: 0000-0003-2462-4849

ASESORA:

PALACIOS DE BRICEÑO, MERCEDES RENEÉ

ORCID: 0000-0001-8823-2655

PIURA – PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Broncano Merino, Celia Iralda

ORCID: 0000-0003-2462-4849

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

ASESOR

Palacios de Briceño, Mercedes Reneé

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de
Ciencias Contables, Financieras y Administrativas, Escuela
Profesional de Administración, Piura, Perú.

JURADO

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Guzmán Castro, Iván Arturo

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

ORCID: 0000-0001-7372-741X

HOJA DE FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Mgr. Víctor Hugo Vilela Vargas
ORCID: 0000-0003-2027-6920

Presidente

Mgr: Iván Guzmán Castro
ORCID: 0000-0002-4650-4322

Miembro

Lic. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima
ORCID: 0000-0001-7372-741X

Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño
ORCID: 0000-0001-8823-2655

Asesora

AGRADECIMIENTO

Mi sincera gratitud:

A la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote Piura pilar de mi formación profesional. A mi asesora de tesis, por sus valiosas y oportunas sugerencias en el desarrollo de la presente investigación.

DEDICATORIA

A Dios, por su infinita bondad y amor.

A mi madre, por su apoyo incondicional, sus sabias enseñanzas, sus valores, por su motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “Gestión de calidad y atención al cliente de las MYPE rubro hospedajes en la provincia de Ayabaca, año 2019, tuvo como objetivo general, describir las características que tiene la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE; para lo cual se aplicó una metodología de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, de diseño no experimental y corte transversal. La población quedó conformada por 03 MYPE del rubro hospedajes y 384 clientes; la técnica de recolección de datos es la encuesta mediante el instrumento el cuestionario. Dentro de las principales conclusiones se determinó que el 100% de los propietarios manifiestan que siempre es indispensable revisar el estado en que reciben los materiales y suministros que entregan sus proveedores, según tabla N°07 y objetivo específico N°01. En la tabla N°13, los propietarios manifiestan que el 100% de las áreas con las que dispone el hospedaje a veces se apoyan entre sí, atendiendo al objetivo específico N°02. En la tabla 23 se observa que el 58.9% de los clientes encuestados manifiestan que la información brindada por el personal del hospedaje visitado con respecto a los servicios del mismo es regular, atendiendo al objetivo específico N 03. En la tabla 29 se observa que el 69.3% de los clientes encuestados manifiestan que las políticas de atención por parte del personal son regulares, mientras el 12.5% manifiesta que estas políticas son deficientes atendiendo al objetivo específico N 04.

Palabras clave: atención al cliente, gestión de calidad, hospedaje, MYPE.

ABSTRACT

The present research work entitled “Quality management and customer service of the MYPE category of accommodations in the province of Ayabaca, year 2019, had as a general objective, to describe the characteristics that quality management and customer service has in the MYPE; for which a methodology of quantitative type, descriptive level, non-experimental design and cross-section was applied. The population was made up of 03 MYPE of the lodging and 384 clients heading; The data collection technique is the survey using the instrument the questionnaire. Within the main conclusions, it was determined that 100% of the owner’s state that it is always essential to review the state in which they receive the materials and supplies that their suppliers deliver, according to table No. 07 and specific objective No. 01. In table N ° 13, the owners state that 100% of the areas with which the lodging is available sometimes support each other, according to the specific objective N ° 02. Table 23 shows that 58.9% of the clients surveyed state that the information provided by the visited staff regarding their services is regular, meeting the specific objective No. 03. Table 29 shows that 69.3% of the clients surveyed state that the policies of attention by the staff are regular, while 12.5% state that these policies are deficient according to the specific objective N ° 0 4.

Keywords: customer service, quality management, hosting, MYPE.

CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO	ii
HOJA DE FIRMA DE JURADO Y ASESOR.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT	vii
CONTENIDO.....	viii
INDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISION DE LITERATURA	16
2.1. Antecedentes	16
2.1.1. Gestión de calidad	16
2.1.2. Atención al cliente.....	23
2.2. Bases teóricas de la investigación.....	30
2.3. Fundamentos teóricos de la atención al cliente.....	34
III. HIPÓTESIS	38
IV. METODOLOGÍA.....	39
4.1. Diseño de la investigación	39
4.2. Población y muestra.....	40
4.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores.....	44
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	46
4.5. Plan de análisis.....	47
4.7. Principios éticos	50
V. RESULTADOS	51
5.1. Resultados de la encuesta	51

5.2. Análisis de resultados	84
VI. CONCLUSIONES.....	93
REFERENCIAS	94
ANEXOS	102

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Unidades de Análisis	41
Tabla 2: Operacionalización de las variables	44
Tabla 3: Matriz de consistencia	49
Tabla 4: Edad del propietario	51
Tabla 5: Género del propietario.....	52
Tabla 6: Nivel de estudios del propietario.....	53
Tabla 7: Estado en que se reciben los materiales y suministros de los proveedores ..	54
Tabla 8: Al solicitar los pedidos se cumplen con los requisitos y tiempos estipulados	55
Tabla 9: Registrar los insumos, suministros y controlar el stock permite detectar cuando es necesario una nueva reposición en las áreas.....	56
Tabla 10: Los recursos y materiales que tiene el hospedaje están en buen estado.....	57
Tabla 11: Es importante verificar la conformidad entre la orden de compra y el documento sustentatorio del proveedor.....	58
Tabla 12: Los recursos principales que requiere el hospedaje están detallados al gusto y preferencias del cliente.	59
Tabla 13: Las áreas con las que cuenta el hospedaje se apoyan entre sí, para lograr el objetivo esperado.....	60
Tabla 14: El proceso de comunicación empleado por el personal de las diferentes áreas es eficaz y eficiente.....	61
Tabla 15: Ha considerado en el último año un estudio de mercado para analizar necesidades y expectativas del cliente.....	62
Tabla 16: Ha planificado e implementado procesos de seguimiento, medición, análisis y mejora para demostrar la conformidad y calidad del servicio.....	63

Tabla 17: Ha considerado una base de sus datos de sus clientes, con el objetivo de lograr fidelizarlos en un mediano plazo	64
Tabla 18: Ha considerado un seguimiento a la información relacionada con la percepción y satisfacción respecto al cumplimiento del servicio que brinda	65
Tabla 19: Edad del Cliente.	66
Tabla 20: Género del Cliente.....	68
Tabla 21: Nivel de Estudios del Cliente.	69
Tabla 22: Lugar de procedencia del cliente	70
Tabla 23: Información recibida por el personal respecto a los servicios ofrecidos....	72
Tabla 24: Capacidad de respuesta en los procedimientos que el personal sigue ante quejas y reclamos.....	73
Tabla 25: Valor de propuesta en el servicio del hospedaje.	74
Tabla 26: Servicios complementarios de restaurant y transporte	75
Tabla 27: Capacidad de respuesta por parte del personal en la toma de decisiones ante adversidades.....	76
Tabla 28: Nivel de pulcritud y seguridad del hospedaje.....	77
Tabla 29: Políticas de atención por parte del personal	78
Tabla 30: Competencia del personal del hospedaje en funciones asignadas.....	79
Tabla 31: Nivel de escucha por parte del personal ante problemas en el hospedaje	80
Tabla 32: Alternativas de solución por parte del personal ante problemas	81
Tabla 33: Superación de los atributos del hospedaje ante sus expectativas	82
Tabla 34: Condiciones óptimas para recomendar el hospedaje.....	83

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Edad del propietario	51
Figura 2: Género del propietario.....	52
Figura 3: Nivel de estudios del propietario.....	53
Figura 4: Estado en que se reciben los materiales y suministros de los proveedores	54
Figura 5: Al solicitar los pedidos se cumplen con los requisitos y tiempos estipulados	55
Figura 6: Registrar los insumos, suministros y controlar el stock permite detectar cuando es necesario una nueva reposición en las áreas	56
Figura 7: Los recursos y materiales que tiene el hospedaje están en buen estado.....	57
Figura 8: Es importante verificar la conformidad entre la orden de compra y el documento sustentatorio del proveedor.....	58
Figura 9: Los recursos principales que requiere el hospedaje están detallados al gusto y preferencias del cliente.	59
Figura 10: Las áreas con las que cuenta el hospedaje se apoyan entre sí, para lograr el objetivo esperado.....	60
Figura 11: El proceso de comunicación empleado por el personal de las diferentes áreas es eficaz y eficiente.....	61
Figura 12: Ha considerado en el último año un estudio de mercado para analizar necesidades y expectativas del cliente.....	62
Figura 13: Ha planificado e implementado procesos de seguimiento, medición, análisis y mejora para demostrar la conformidad y calidad del servicio.....	63
Figura 14: Ha considerado una base de sus datos de sus clientes, con el objetivo de lograr fidelizarlos en un mediano plazo	64
Figura 15: Ha considerado un seguimiento a la información relacionada con la percepción y satisfacción respecto al cumplimiento del servicio que brinda	65

Figura 16: Edad del Cliente.	67
Figura 17: Género del Cliente.	68
Figura 18: Nivel de Estudios del Cliente.	69
Figura 19: Lugar de Procedencia del Cliente.	71
Figura 20: Información recibida por el personal respecto a los servicios ofrecidos	72
Figura 21: Capacidad de respuesta en los procedimientos que el personal sigue ante quejas y reclamos.....	73
Figura 22: Valor de propuesta en el servicio del hospedaje.	74
Figura 23: Servicios complementarios de restaurant y transporte.....	75
Figura 24: Capacidad de respuesta por parte del personal en la toma de decisiones ante adversidades.....	76
Figura 25: Nivel de pulcritud y seguridad del hospedaje.	77
Figura 26: Políticas de atención por parte del personal.	78
Figura 27: Competencia del personal del hospedaje en funciones asignadas.....	79
Figura 28: Nivel de escucha por parte del personal ante problemas en el hospedaje.	80
Figura 29: Alternativas de solución por parte del personal ante problemas.....	81
Figura 30: Superación de los atributos del hospedaje ante sus expectativas	82
Figura 31: Condiciones óptimas para recomendar el hospedaje.	83

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el rubro hospedajes es considerado como una de las industrias de creciente desarrollo económico a nivel nacional; el rubro en mención ha ganado gran fortaleza en los últimos años ya que miles de emprendedores ven en la prestación de servicios una excelente oportunidad para cumplir sus sueños y generar un mejor estilo de vida; por ello en Perú el rubro hospedajes ha logrado convertirse en uno de los sectores de gran prioridad; puesto que el país es reconocido a nivel internacional por sus llamativos lugares turísticos, variada geografía, su riqueza arqueológica, su exquisita cultura, su extensa biodiversidad y su variado folklore; en consecuencia el rubro hospedajes de la mano del turismo ha logrado convertirse en un ecosistema de vital importancia para el desarrollo de la provincia de Ayabaca.

Es en este sentido que se plasma la presente indagación, denominada: “gestión de calidad y atención al cliente de las MYPE rubro hospedajes de la Provincia de Ayabaca, año 2019”, estudio que surge del eje de investigación gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas, línea de investigación que ha sido asignada por la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote-ULADECH; perteneciente a la Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas, Escuela de Administración y engloba el desarrollo de investigaciones relacionadas al proceso administrativo de: planeación, organización, dirección y control; así como a otras actividades propias de la micro y pequeña empresa.

La indagación está desarrollada teniendo en consideración el formato u esquema propuesto por la Universidad, por ende se ha organizado la información de la siguiente manera: el primer capítulo abordará la introducción, con el fin de tener un alcance general de cómo se encuentran estas organizaciones y cómo influyen los factores internos y externos en su desenvolvimiento; el segundo capítulo está constituido por la revisión de la

literatura donde se han expuesto trabajos anteriores sobre las variables en estudio, así mismo se abordará fundamentos teórico actualizados que conlleve conocer a fondo definiciones precisas sobre la gestión de calidad y atención al cliente; en el tercer capítulo se expone la hipótesis de la indagación; por consiguiente en el cuarto capítulo se plasmará la metodología aplicada; en el quinto capítulo se muestra los resultados que se obtuvieron tras la aplicación del instrumento que permitirá conocer las características que posee la gestión de calidad y atención al cliente, así como análisis o discusión de los mismos; el sexto y último capítulo servirá para redactar las conclusiones a las que llegó la indagación.

El giro del negocio corresponde a las MYPES dedicadas a la prestación de servicios de hospedaje producto de situaciones turísticas. La investigación se encuentra delimitada temáticamente por las variables gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES pertenecientes al rubro hospedaje en la provincia de Ayabaca, año 2019; desde el panorama geográfico: departamento Piura-provincia Ayabaca; desde el punto de vista psicográfica: micro y pequeñas empresas del rubro hospedaje y delimitación temporal: año 2019.

En el estudio habrá un manejo de la metodología de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal, siendo la técnica de recopilación de datos la encuesta, aplicando como instrumento el cuestionario estructurado con interrogantes de escala ordinal o Likert tanto para los propietarios y clientes de las MYPE rubro hospedajes de la provincia de Ayabaca año2019.

En la actualidad las micro y pequeñas empresas son importantes agentes económicos ya que promueven el desarrollo de los países, una parte significativa de la población y de la economía depende de la actividad y el desempeño de estas MYPE debido a su reconocida capacidad para generar empleo y su participación en la producción, estos negocios se ven constantemente amenazados por la creciente competencia que existe en

este sector, puesto que cada día surgen nuevas generaciones con el fin de satisfacer una serie de necesidades para los consumidores.

La labor como indagador es el analizar como la micro y pequeña empresa del rubro hospedaje han obtenido una influencia significativa por parte de factores tanto externos como internos, por ello a través de un análisis PESTEL se podrá evidenciar como estas entidades actúan frente a la presencia de factores políticos, económicos, sociales tecnológicos, ecológicos y legales y cómo estos influyen en la organización.

La mayoría de las MYPE poseen un destacable comportamiento dentro del desarrollo social y económico de cada nación, desempeñando un papel importante en el proceso del cambio tecnológico y generando a su vez una fuente considerable de actividad innovadora. Es por ello, que estas organizaciones vienen convirtiéndose año tras año en la mayor fuente generadora de empleo (Cueva, 2015).

Las MYPE hoy en día se han constituido como agentes económicos muy relevantes para el sector productivo y comercial, aportan y promueven el desarrollo de las diferentes localidades donde estas existen, trabajan para ganar reconocimiento y ser aceptadas como las organizaciones con reconocida capacidad para generar empleo y su participación en la producción (Chunga, 2018).

Silupú (2018) acotó que las MYPES Piuranas mueven la economía regional y representan el 84% del total de las empresas de Piura. A nivel nacional, estas organizaciones brindan un porcentaje significativo de los índices de rendimiento (40%) y mueven el 70% de la mano de obra; sin embargo, destacó las principales flaquezas que poseen y que son urgentes resolver: “la falta de conocimientos en gestión empresarial; la falta de empoderamiento a sus trabajadores, puesto que el empresario no delega responsabilidades; carencia de estrategias para enfrentar problemas coyunturales como lo

fue la presencia y efectos del fenómeno del niño costero; deficiencia en las funciones de los miembros de la empresa, entre otros”

Román (2018) a través de la página web del Diario Andina señaló que la micro y pequeña empresa (MYPE) del rubro de Hoteles, Restaurantes y Catering (HORECA) evidenció una visión positiva de crecimiento, tal es así que el 64 % del sector proyectó crecer más de 10 % en el año 2019, dejando entrever que el emprendedor peruano se muestra con una posición de optimismo para el futuro pese al ruido político que se vive en el país.

El autor en mención indicó que “Gran parte de los emprendedores manifestaron cerrar el 2016 de manera satisfactoria al afirmar que durante el 2016 el ticket promedio de venta se ha incrementado (Horeca 48 % y bodegas 65 %)” estos resultados reafirman la premisa que el emprendimiento es uno de las principales fuerzas que mueve el país, por consiguiente Román (2018) expresó que a pesar de que algunos indicadores del sondeo aún muestran una alta tasa en materia de inseguridad ciudadana, como principal traba para crecer; ello no es un limitante definitivo para que el emprender en base a su conocimiento, experiencia e ingenio, pueda sacar adelante su negocio.

Consejo Mundial De Viajes y Turismo (2018) mediante el sitio web de Diario La República reportó que el sector turismo movió US\$ 8.135,8 millones en el Perú, logrando una participación de 3,8% del Producto Bruto Interno; como indica el autor en mención con dicha tasa, la economía peruana se convierte en la que recibe la mayor contribución del turismo dentro de las economías sudamericanas, superando a Argentina (3,7%), Uruguay (3,6%), Chile (3,4%) e incluso Brasil (2,9%). A nivel latinoamericano, Perú es uno de los países que aún tiene mucho potencial turístico por desarrollar.

Guevara (2018) Señaló que "Latinoamérica ha reducido su crecimiento debido a la crisis de Venezuela y a la caída del turismo en Brasil. Sin embargo, Perú ha logrado una

tasa de crecimiento importante y aún tiene mucho potencial por desarrollar. El objetivo del sector para el 2028 debe ser alcanzar los US\$ 13 mil millones" así mismo el autor manifestó que en materia de generación de empleo en el sector de Viajes, Turismo y alojamiento no ha dejado de crecer desde el 2011, cuando se generaron 313 mil empleos. El 2017 el sector generó 400 mil empleos directos y se espera que para el 2018 aumenten en 15 mil más. "Se espera que aumente 3,5% en 2018 y aumente en un 2,8% anual hasta alcanzar los 548 mil empleos directos en 2028". Sin embargo, para seguir con esta prospectiva enfocada a incrementar el desarrollo del sector es necesario aumentar la inversión tanto privada como pública tanto en infraestructura como en mayores opciones de oferta en el mercado que incentiven un crecimiento del turismo.

"En líneas generales, Perú tiene buenos indicadores del sector, pero también tiene mucho por desarrollar. Lima y Cusco se han posicionado como destinos importantes de Sudamérica y el costo de estadía de un turista extranjero se ha elevado a un promedio de US\$ 90" (Guevara, 2018)

Como punto clave el autor antes mencionado señaló que el gasto doméstico en viajes y turismo generó el 71,3% de los ingresos del PBI turístico. El gasto de los visitantes extranjeros representó el 28,7% durante el 2017; en consecuencia, Latinoamérica tiene un promedio 6,7% de contribución directa al PBI por viajes y turismo. Perú supera el promedio y alcanza el 8,1%.

Diario Andina (2019) Publicó que en el 2018 las pernoctaciones de visitantes extranjeros en el país sumaron 14.3 millones, mientras que el número fue ligeramente mayor en el 2017 (14.7 millones). En lo que se refiere a Lima, la cifra de pernoctaciones de visitantes extranjeros en establecimientos de hospedaje ascendió a siete millones 823,268 en el año 2018, habiendo disminuido en 15 % con respecto al 2017, sin embargo, en lo que

se refiere a las pernoctaciones de visitantes nacionales en Perú, el número se incrementó de 55.8 millones en el 2017 a 59.5 millones en el 2018.

Cabe señalar que la oferta de establecimientos de hospedaje en Perú en el año 2018 fue de 296,800 habitaciones y el número de habitaciones disponibles en Lima fue de 72,538 en el 2018.

Para lograr que las MYPE en el rubro de alojamiento mejoren la calidad de sus servicios a un coste adecuado deben adecuar un eficiente Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas (SABP); este sistema es una herramienta para las MYPE, ya que favorece a la mejora de la calidad en los servicios ofrecidos, además los ayuda a posicionarse, aprovechando su zona y el destino de ubicación, para optimizar las condiciones de vida de su comunidad (Herrera, 2016)

En cuanto al punto de vista legal la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (2018) expresó a través de su página web los requisitos para la inscripción de establecimientos de hospedaje, lo cuales se detallan a continuación:

Tener el RUC activo; encontrarse afecto al Impuesto General a las Ventas; el establecimiento debe haber sido declarado como domicilio fiscal o establecimiento anexo en el RUC; presentar copia de la Licencia de Funcionamiento o de la Licencia de Apertura de Establecimiento, según corresponda, donde figure como actividad la de Servicios de Hospedaje, por cada establecimiento de hospedaje a inscribirse, debiendo exhibirse el original del documento; para solicitar la inscripción en el Registro no será necesaria la presentación de ningún formulario, una vez realizada la inscripción, la SUNAT expedirá una constancia que contendrá los datos de identificación del contribuyente que se registra, así como la información correspondiente a los establecimientos de hospedaje declarados; el trámite se realizará de manera personal por el deudor tributario o su representante legal; de

efectuarse por un tercero, éste deberá exhibir su documento de identidad original y carta poder simple.

En la página web perteneciente a la Municipalidad Provincial de Ayabaca (2016) se presentó información actualizada sobre los datos geográficos de la provincia, señalando que la ciudad de Ayabaca es considerada la capital arqueológica de la región Piura se encuentra localizada en el departamento y región de Piura. Su nombre proviene de dos voces quechuas que en conjunto le dan el significado en español de “tumba antigua de muertos”. El centro poblado de la Provincia de Ayabaca, constituye un espacio geopolítico situado a 214 km de la ciudad de Piura con una altitud de 2715 m.s.n.m, conocido por su potencial turístico, agricultura, ganadería y comercio, que cuenta con una población estimada de 119,287 habitantes, por ello se determina que el movimiento económico depende de la actividad que desarrollan los diferentes centros poblados que tiene.

Fiestas (2015) a través de la página web del diario La República indicó que los turistas nacionales o extranjeros que hacen referencia a la región Piura suelen relacionarla mayoritariamente con la playas de las provincias de Talara, Paita o Sechura. Sin embargo, en los últimos años la población en cooperación con las autoridades de la zona sierra de la región buscan captar la atención de los visitantes ofreciéndoles nuevas alternativas, siendo una de estas la provincia de Ayabaca.

Actualmente, la comuna destina un presupuesto anual de 50 mil soles para cubrir los gastos de guardianía y evitar el deterioro de los principales atractivos de la zona, como lo son el centro arqueológico de Aypate, los páramos existentes en los andes de Ayabaca, así como sus lagunas y bosques de neblina, pues en promedio este lugar recibe unas 1200 visitas mensuales las cuales se incrementan entre los meses de agosto, setiembre, octubre y que en su mayoría son nacionales y para ello se cuenta con pobladores que ofrecen casas—hospedaje para un mejor trato al turista. (Pintado, 2016)

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) dispuso la publicación del Reglamento de Establecimientos de Hospedaje, que establece las disposiciones para la categorización, calificación y supervisión, así como las funciones de los órganos competentes en dicha materia; reglamento e conformidad con la Ley N.º 29408, Ley General del Turismo; la Ley N.º 27790, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y su Reglamento, donde se puede evidenciar una definición actualizada y fehaciente sobre los hospedajes.

Según a lo estipulado en dicho reglamento se define los establecimientos de hospedaje son elementos que conforman el contexto turístico cuyo fin principal es el de brindar el servicio de alojamiento y servicios complementarios por un periodo de tiempo. “es un lugar destinado a prestar habitualmente servicio de alojamiento no permanente, para que sus huéspedes pernocten en el local, con la posibilidad de incluir otros servicios complementarios, a condición del pago de una contraprestación previamente establecida en las tarifas del establecimiento; los establecimientos de hospedaje se catalogan en no categorizados y categorizados” (MINCETUR, 2018)

Según el Decreto Supremo N°029-2004, publicado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, expuso los requisitos para obtener la autorización de establecimientos de hospedajes no categorizados. Los establecimientos de hospedaje para el inicio de actividades deberán presentar la solicitud de inscripción adjuntando copia del Registro Único de contribuyentes (RUC) y el formato de Declaración Juada que es expedido por la DIRCETUR en forma gratuita.

Atendiendo a las condiciones mínimas que deben cumplir, el MINCETUR (2015) estipula los siguientes:

El número de habitaciones es de seis (06) a más; otro punto es que se debe tener un ingreso para la circulación de los huéspedes y personal de servicio; contar con

un área de recepción; tener botiquín de primeros auxilios; el área de las habitaciones (incluyendo el área de closet y guardarropa) es de 6m² o más; el área total de los servicios higiénicos privados o comunes es de 2 metros cuadrados o más; los servicios deben encontrarse revestidos con material impermeable a una altura de 1.80 m; si se trata de un establecimiento de cinco (05) o más plantas debe contar con un ascensor; el establecimiento tiene la responsabilidad de realizar un cambio regular de las sábanas siempre que cambie el huésped y cuando el huésped lo solicite; finalmente limpieza diaria del establecimiento.

Atendiendo a las disposiciones del reglamento de establecimientos de hospedajes publicadas por el MINCETUR (2015) la mayoría de las MYPE del servicio hotelero ubicadas en la provincia de Ayabaca, están mejorando en sus servicios, pero aún no es lo esperado por turistas extranjeros que visitan la provincia, la falta de planificación en sus negocios, así como la falta de un mejor servicio y una mejor atención por parte de sus colaboradores, que en su mayoría no tienen experiencia en hotelería, muchas veces sin dominio de idiomas como el inglés americano, para saber atender a turistas de diferentes nacionalidades que visitan el país; por eso muchas veces les pagan el sueldo mínimo afectando la rentabilidad e imagen de la empresa. Lo que finalmente origina que solo los hoteles más exclusivos logren consolidarse en el mercado (Calle, 2019).

Al analizar las MYPE del rubro hoteles de la Ciudad de Ayabaca la mayoría de ellos atienden a sus clientes, pero no de una manera esperada por los visitantes o turistas, aún no están comprometidos con el cliente. Por otra parte, no poseen habilidades técnicas en su puesto de trabajo; es decir falta aún especializarse en los puestos asignados, mejora de infraestructura y la inseguridad ciudadana que impera en la ciudad (Campos, 2015).

Respecto al servicio al cliente se puede utilizar como un método eficaz y este sea distinguido por la competencia, es una fortaleza para la MYPE, para obtener un nivel de

calidad en atención al cliente, se debe tener presente las percepciones del cliente y la experiencia que vive en el momento que hace uso del servicio. Por otro lado, la clave que asegura una buena calidad del mismo es en la satisfacción de las necesidades que tienen los clientes respecto a la organización, enfatizando la determinación de cuál es el problema que tiene el cliente y que este espera una solución inmediata.

La Provincia de Ayabaca es visitada diariamente por el santuario que alberga la Santa Imagen y su estadía no es más de un día, con la actual importancia que se le está dando a la actividad turística en la provincia se está impulsando los atractivos turísticos del lugar y mediante la promoción de estos lugares se pretende captar el interés de los turistas que visitan al Sr. Cautivo y lograr que se queden más de un día dando paso a generar la necesidad de solicitar un servicio de hospedaje en la Provincia.

En el Turismo y hotelería, la atención al cliente es vital ya que las empresas de este rubro no venden productos sino servicios y experiencias a sus clientes, teniendo como único fin la satisfacción total del consumidor.

Todas las deficiencias que se puede encontrar en los diversos factores que contribuyen a la atención al cliente en las MYPE no son más que la suma del problema central de la Provincia y que es la idiosincrasia de la población, enfocado en el conformismo. (Chunga, 2018).

Hoy Ayabaca cuenta con regular articulación vial, se puede viajar en bus vía carretera asfaltada hasta la localidad de Paimas de ahí por carretera afirmada hasta la ciudad de Ayabaca, sus pueblos están interconectados, si bien no es en las mejores condiciones, se tiene que afirmar que existen vías desde las condiciones de trochas. Según el último, se identificó que el nivel educacional sigue progresando. Los pueblos que forman parte de la ciudad de Ayabaca, mueven la actividad económica de los tres (03) hospedajes que se encuentran en el centro de la ciudad

En lo relacionado a la infraestructura de los hospedajes, se tiene que la mayoría son de material noble, algunos tienen poca iluminación, y poca ventilación, generalmente los espacios se mantienen fríos por la misma zona, brindan seguridad, buscan estar a la vanguardia para brindar lo mejor de sí, se han convertido los centros turísticos de dos tipos de poblaciones, en primer lugar los turistas que acuden del interior del Perú, a conocer sus campos verdes como son las famosas ruinas de Aypate, Cerro Yantuma, los Petroglifos de Samanga, el Bosque de Neblinas de Cuyas, Centro Megalítico de Checo – Chocan, Qhapaq Ñan o Camino Inca, Aguas Medicinales de Chocan, Lagunas Curativas como las de Huamba a una altitud de los 3,500 m.s.n.m. Así mismo acuden a los restaurantes a satisfacer una de las primeras necesidades, y un segundo grupo de turistas son las personas de las diferentes localidades de la sierra y sus distritos.

Respecto a la administración todos los hospedajes tienen la característica fundamental de una MYPE, se desarrollan dentro del grupo familiar, logran con ello subsistir, los alquileres de las habitaciones de los hospedajes no son tan voluminosas, pero definen los costos operacionales, los dueños se preocupan porque su personal se mejore y crezca. En lo que compete a la atención al cliente, existe en la zona mucha amigabilidad ello conlleva al acercamiento con el cliente, que exista empatía, comprensión, confianza, delicadeza y en muchos casos solidaridad, los colaboradores se saben confundir empáticamente con sus clientes, de cierta forma tratan de identificar que emociones tiene el cliente y que es lo que busca.

Los hospedajes de la zona tienen todos los servicios básicos, luz, agua y desagüe, camas en buen estado, termas, televisor a color en cada habitación, Los segmentos dirigidos deben brindar un ambiente grato, cómodo y seguro a los clientes, se resalta el hecho que las distancias no son barreras para aprender y mejorar (Berrú, 2019).

El empresario es quien negocia los precios con proveedores y con los clientes, dirigiéndose a un consumidor final en el caso de las MYPE rubro hospedajes. Uno de los factores muy importante por el cual los clientes asisten a estos lugares es debido a la atención que se da, el turismo que existe en la provincia, hoteles y los precios accesibles, entres los trabajadores debe haber una buena relación de trabajo y atención al cliente estando hábiles al puesto, teniendo: conocimientos, habilidades y aptitudes. La gestión es cargada por el mismo dueño quien hace la función de administración de la empresa (Pajuelo, 2017).

Perú es un multideestino en la que el viajero podrá disfrutar de turismo, de aventura, nivel arqueológico y cultural, con una biodiversidad impresionante. Cuando se le pregunta al turista qué es lo que valora de la Provincia de Ayabaca, se menciona la buena atención, la amabilidad de su gente, la seguridad y los precios accesibles que pueden optar para hospedarse y así poder disfrutar de su estadía.

Los hospedajes de Ayabaca algunos apuestan por la modernización en sus construcciones y el desarrollo, sus equipos se adecuan a la demanda, es decir no consideran hacer fuertes inversiones en lo que ha tecnología respecta ya que esta la hacen crecer conforme el comportamiento de la demanda y el poder adquisitivo de los consumidores. Sin embargo, se tiene que decir que, si usan la tecnología para tener cercamiento con sus clientes y acercar a nuevos clientes, es muy usual el uso de internet en sus deferentes planes para difundir información.

La gran mayoría de empresas del rubro hospedajes operan empíricamente o por simple imitación de la competencia, y esto se refleja en la falta de reglamento interno, rapidez en el servicio, infraestructura moderna, mantenimiento de las instalaciones, adecuada gestión en las reservas si mismo deficiencias en el protocolo del trabajador hacia

el cliente, lo cual genera incomodidad en los usuarios y como consecuencia de esta mala experiencia los clientes prefieren arribar a otros hospedajes.

En el marco del entorno global la Provincia de Ayabaca es flexible en el campo de hotelería, cada día mejora su negociación con respecto al buen trato y fidelidad, una de sus mejores armas es la seguridad con la que sorprende a sus clientes, el acercamiento de los pueblos y los diferentes medios de transporte hace posible que los hospedajes puedan tener proveedores desde Piura en los útiles de limpieza, aseo y otros.

En la actualidad existen hoteles categorizados, el resto son hospedajes que aún no tienen categorización y/o clasificación; las condiciones de los hospedajes en la ciudad su mayoría cuentan con múltiples deficiencias, el personal que labora en estos establecimientos no está capacitado en atención al cliente.

Por lo expuesto con anterioridad, la problemática planteada es la siguiente: ¿Qué características tiene la gestión de calidad y atención al cliente de las MYPE rubro hospedajes en la provincia de Ayabaca, año 2019?

Esta disyuntiva conlleva a instaurar como objetivo general: Describir las características que tiene la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro hospedaje en la provincia de Ayabaca, año 2019; por consiguiente para identificar algunas de las características se propusieron los siguientes objetivos específicos: (a) Determinar el sistema de abastecimiento de calidad de las MYPE rubro hospedaje en la provincia de Ayabaca año 2019; (b) Conocer las principales características de gestión de calidad en las MYPE rubro hospedaje en la provincia de Ayabaca año 2019; (c) Analizar la estructura de atención al cliente en las MYPE rubro hospedaje en la provincia de Ayabaca año 2019; (d) Identificar el nivel de satisfacción de los clientes de las MYPE rubro hospedajes en la provincia de Ayabaca año 2019.

El presente estudio queda justificado de manera práctica ya que se realiza con el fin de describir las características que tiene la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro hospedaje en la provincia de Ayabaca año 2019. Así mismo la indagación busca instituirse como un soporte para el crecimiento y expansión de las MYPE; por consiguiente, ser base de información fidedigna.

La investigación se gesta en colaboración a los conocimientos teóricos y prácticos de las MYPE rubro hospedaje en la provincia de Ayabaca; por ello queda justificada de manera teórica porque contribuye al crecimiento del conocimiento, servirá de instrumento en las diferentes entidades educativas, y por consiguiente una contribución para investigaciones consecutivas ya que se constituirá como fuente confiable para analizar y conocer el desempeño de las MYPE y su relevancia en la economía del País.

La indagación tiene como pilares fundamentales las variables de estudio correspondiente a la gestión de calidad y atención al cliente atendiendo a una estructura teórica acorde a los objetivos; el marco teórico tiene como finalidad ser el sostén que permita entender, describir, explicar, organizar y dirigir la investigación al contexto científico, con el apoyo de aprendizajes de expertos; y que con el respaldo de referentes a nivel internacional, nacional y regional se pueda contrastar o relacionar los datos obtenidos por el investigador.

Finalmente, la investigación se justifica metodológicamente porque se empleó herramientas matemáticas y estadísticas de forma que los resultados obtenidos en la investigación se determinan por muestras definidas mediante aplicaciones de fórmulas estadísticas. A través de la estadística descriptiva se determinó el tamaño de la población y tipo de muestreo, finalmente la recopilación de información ha sido validada con los instrumentos científicos pertinentes.

Socialmente la investigación será punto de partida a futuras investigaciones relacionadas a las variables de estudio; finalmente la investigación permitirá al autor cumplir con las expectativas de realizarse como profesional a través de la obtención de su título universitario.

II. REVISION DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Gestión de calidad

Moncayo (2017) presentó una investigación titulada: “Propuesta para la implementación de Buenas Prácticas de turismo para los servicios de alojamiento en la parroquia de Pacto, Quito 2017”, la investigación corresponde a un estudio realizado para la Escuela de Hospitalidad y Turismo de Quito-Ecuador; por lo que se propone como objetivo desarrollar una propuesta de buenas prácticas de turismo para los servicios de alojamiento en la parroquia de Pacto; para lo cual la investigación se llevó a cabo en 3 etapas, adicional a esto los instrumentos utilizados fueron: veinte encuestas, dos entrevistas y varios sondeos de opinión a pobladores de la zona con objeto de evidenciar la realidad y exhibir en un futuro los cambios realizados.

Entre las principales conclusiones del estudio en mención se resalta que: la demanda de los establecimientos dentro de los últimos años ha experimentado un continuo crecimiento, con lo cual la propuesta de una manual de buenas prácticas servirá para mejorar los servicios y procedimientos brindados. Los hoteles tomados en consideración son negocios creados de forma empírica y sus administradores tienen poco conocimiento acerca de las buenas prácticas de turismo dentro de estos establecimientos en todos los procesos y operaciones. Con la finalidad de evitar estos inconvenientes, se desarrolla el manual de buenas prácticas en donde se recopila toda la información y herramientas necesarias, para el eficiente y eficaz funcionamiento de los mismos. Está enfocado en tres ámbitos primordiales, siendo estos, el ámbito empresarial en donde consta la planeación estratégica, gestión de calidad, gestión financiera y contable y gestión de recursos humanos; el ámbito socio cultural, el cual analiza el involucramiento de pobladores locales dentro de los establecimientos y la responsabilidad social y cultural; finalmente, el ámbito

ambiental se considera el recurso agua, energía, manejo de desechos sólidos y educación ambiental.

La tesis resulta de utilidad porque proporciona información cualitativa actualizada sobre los contenidos que se abordan para desarrollar las características de la gestión de calidad.

Joubert (2015) desarrolló una investigación que lleva por título: “Los sistemas de gestión de calidad en el sector hotelero: perspectivas y desafíos para su implementación en hoteles de la ciudad de Neuquén”; estudio realizado para la Universidad Nacional de Quilmes-Argentina. La investigación tuvo como objetivo 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; para lo cual se aplicó una metodología de tipo cualitativa a partir de ello puede destacarse que el diseño de la investigación es de carácter descriptivo. La población objetivo estuvo conformada por los 23 gerentes y/o dueños de los establecimientos hoteleros que se encuentran categorizados desde 1 a 5 estrellas en la ciudad de Neuquén a quienes se les aplicó una entrevista en profundidad semiestructuradas.

La investigación llegó a la conclusión que la mayoría de los encargados de dirigir las empresas hoteleras no tienen un conocimiento certero de los SGC e inclusive no poseen las bases suficientes como para poder iniciar un proceso de implementación, ya que están orientados principalmente a resolver situaciones del momento y a adaptarse a lo que el entorno les va solicitando. Así mismo un amplio desconocimiento acerca de los beneficios que ofrece su implementación y certificación, constituye el motivo principal para no implementar un SGC. De acuerdo con lo observado, esto se puede atribuir a que

prácticamente no hay interés por parte de los hoteles, ya que los SGC no representan un valor agregado para lo que están haciendo

Balladares (2018) desarrolló una investigación titulada: “Caracterización de la gestión de calidad y capacitación de las MYPES, en el sector servicio rubro hospedaje en el distrito de tumbes, 2017”; la investigación corresponde a un estudio realizado para la Universidad Católica los Ángeles Chimbote. La indagación tuvo como objetivo general determinar la característica de la gestión de calidad y capacitación de las MYPE en el sector servicio rubro hospedaje en el distrito de Tumbes, 2017; para lo cual se aplicó una metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo de diseño no experimental. Para la investigación se tomó una muestra de 68 clientes a quienes se les aplicó una encuesta de 16 interrogantes.

En la investigación se llegó a la conclusión que lo más importante para las empresas es sus clientes externos, por lo que consideran que los gerentes de los hospedajes aplican un liderazgo eficaz, y están totalmente de acuerdo que el personal de recepción brinda toda la información para realizar la reservación, además que los clientes en promedio consideran que el personal se adecuada a las exigencias del cliente, pero no emiten opinión respecto a la que el cliente interno es la pieza vital de la empresa.

La investigación resulta útil porque brinda referentes metodológicos e indicadores para el diseño del instrumento del estudio.

Ballón (2016) presentó una investigación titulada: “Evaluación en la calidad de servicio y satisfacción del cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay”, la investigación corresponde a un trabajo realizado para la Universidad ESAN, tesis para optar el título profesional de licenciado en Administración y Finanzas. La

indagación tuvo como objetivo identificar 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 lo cual se aplicó una metodología de tipo explicativo, con enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, corte transversal. Para la investigación se tomó una muestra de 431 turistas a quienes se les aplicó un cuestionario compuesto por 20 ítems.

en la investigación se llegó a la conclusión que la variable de “empatía” fue la que mayor influencia tuvo 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 finalmente “elementos tangibles”.

La investigación se argumenta porque brinda aportes teóricos relacionados a las variables en estudio; así mismo brinda referentes metodológicos e indicadores relevantes para el diseño del instrumento.

Cornejo, Hidalgo, Lazo, y Yáñez (2015) gestaron la investigación titulada: “Calidad en las Empresas del Sector Hoteles del Perú”; estudio realizado para la Pontificia Universidad Católica del Perú. La indagación tuvo como objetivo identificar el nivel de cumplimiento de los nueve factores de éxito del Total Quality Management (TQM) en la gestión de la calidad de las empresas del sector hoteles en el Perú; para lo cual se aplicó una metodología de enfoque cuantitativo, presentando un alcance de corte transversal de diseño no experimental. Para la investigación se tomó una muestra de 169 empresas hoteleras, en el estudio se ha utilizado como instrumento de investigación el cuestionario que cuenta con 44 preguntas.

En la investigación se llegó a la conclusión que con respecto al factor Auditoría y Evaluación de la calidad existe una diferencia que se explica por el nivel de comparación entre empresas, el benchmarking que existe hace que las empresas mejoren en cuanto a la calidad, siendo más una mejora reactiva. Con respecto al factor Gestión y Calidad del

Proveedor existe una diferencia significativa en el nivel de calidad con empresas fundadas con más de 10 años, concluyendo que se tiene una mayor relación con proveedores a largo plazo, teniendo un plan de evaluaciones constantes. Con respecto al factor Círculos de Calidad las empresas del Sector Hoteles en el Perú que cuentan con un Sistema de Gestión de la Calidad se encuentran capacitadas para realizar círculos de calidad, además la mayoría de empleados realizan actividades de círculos de calidad y utilizan las herramientas adecuadas para tal fin.

La investigación se argumenta porque brinda factores teóricos relevantes en el estudio de la gestión de calidad; así mismo brinda referentes metodológicos semejantes a la investigación a desarrollar.

Troncos (2018) gestó una investigación titulada: “Evaluación de la calidad del servicio utilizando las buenas prácticas. Caso: hotel gran palma de la ciudad de Piura, 2018”; tesis presentada en la Universidad Nacional de Piura para optar el título de Licenciada en Ciencias Administrativas. La indagación tuvo como objetivo evaluar la calidad del servicio del hotel Gran Palma de la ciudad de Piura, utilizando indicadores de buenas prácticas en el Servicio Hotelero; para lo cual se aplicó una metodología de enfoque cualitativo, para este proyecto se utilizó como técnica de investigación la guía de preguntas, la entrevista y la revisión documental.

En la investigación se llegó a la conclusión que El hotel Gran Palma, cumple el 89.71% de los 175 indicadores evaluados, con un mayor cumplimiento en la dimensión de los procesos principales, lo que significa que la calidad del servicio es buena, pero es necesario la inclusión de los indicadores propuestos que no se cumple, con lo cual se tendrá clientes con una mayor satisfacción con el servicio recibido y se asegurará la permanencia de la empresa en el mercado que cada día es más competitivo. En lo que respecta al cumplimiento de los indicadores derivados de los procesos estratégicos se han

evaluados 23 indicadores de los cuales el hotel “Gran Palma” de Piura cumple con 19, es decir presenta un cumplimiento de 82.61%, lo que significa que se encuentra en el rango promedio que exige el MINCETUR a través del Manual de Buenas Prácticas. Las subdimensiones mejor evaluadas son Marketing, ventas y logística.

La tesis resulta de utilidad porque proporciona información cualitativa y cuantitativa actualizada sobre los contenidos que se abordan para desarrollar las características de la gestión de calidad y resultados que se integran en la discusión de resultados.

Avalo (2018) gestó una investigación titulada: “Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las MYPES del sector servicio rubro hospedajes en el cercado de Tumbes, 2018”, investigación realizada en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote-Piura. El estudio tuvo como objetivo determinar la Caracterización de la Competitividad y la Gestión de Calidad de las MYPES, en Sector Servicios Rubro Hospedajes en el Cercado de Tumbes, Año 2018; para lo cual se aplicó una metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo de diseño no experimental de corte transversal. La población para la variable, Gestión de Calidad está conformada por los clientes del servicio de Hospedajes, en la Ciudad de Tumbes, que a criterio del investigador se tomaron (10) MYPE, aplicándose un cuestionario a una muestra de 68 clientes por lo cual se obtuvieron las siguientes conclusiones:

Se pudo describir que las políticas de calidad que utilizan las MYPE del Rubro Hospedajes en Tumbes cumplen con las normas, y mostrando equidad, describiendo de que el personal utilice un lenguaje comprensible, contando así con sistemas de señalización, y materiales para llevar a cabo una mejor atención al cliente, mostrando así el personal un aspecto limpio y aseado, evaluando planes de calidad, y poder así contactar algún problema en el Hospedajes que puedan responder a sus demandas, para una mejor

satisfacción al cliente. Así mismo la satisfacción al cliente los Hospedajes si se adaptan perfectamente a las necesidades de los usuarios, además que la percepción de la calidad si se relaciona con los elementos de seguridad, mostrando así un servicio con rapidez, empatía, y un precio aceptable que otros Hospedajes, y que sus reclamos por parte de los clientes si son atendidos inmediatamente cual hace que puedan satisfacer sus necesidades.

La tesis resulta de utilidad porque proporciona referentes metodológicos e indicadores para el diseño del instrumento del estudio.

Soto (2018), presentó una investigación titulada: “Caracterización del Clima Laboral y Gestión de Calidad De Las MYPE del Sector Servicios Rubro Hospedajes en el Distrito De Tumbes, 2018” Informe de tesis para optar título profesional de Licenciado en Administración, en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. La presente investigación tuvo por objetivo determinar la caracterización del clima laboral y gestión de calidad de las MYPE, sector servicio rubro hospedajes del distrito de tumbes, 2018.

Haciendo ello que el servicio que brindan dichas empresas distribuidoras sea factible para la comodidad del cliente, para así posteriormente se hace determinar diferentes características que ayuden al clima laboral y gestión de calidad en el mercado y así poder brindar estrategias para la solución mediante este informe de investigación. Con una metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal; con una población de 25 trabajadores para la variable clima laboral y 68 clientes para la variable gestión de calidad; utilizando la encuesta y cuestionario como técnicas e instrumentos de recolección de datos; se concluyó que las decisiones son tomadas mediante la dependencia de sus colaboradores, además concluyo que los trabajadores muestran habilidades sociales para incrementar la productividad empresarial, por último los trabajadores muestra empatía al momento de realizar sus actividades laborales.

La tesis resulta de utilidad porque proporciona referentes metodológicos y fundamentos teóricos relevantes en el manejo de la variable gestión de calidad.

2.1.2. Atención al cliente

Zambrano (2018) presentó una investigación titulada: “Análisis de priorización de requerimientos en un servicio de atención a clientes”, estudio realizado para la Universidad de Chile. La investigación tuvo como objetivo caracterizar el impacto económico y operacional que tiene la incorporación de información de los clientes en la planificación de recursos necesarios para priorizar y satisfacer la demanda en un servicio de atención a clientes.

En el estudio se llegó a la conclusión que la flexibilización del servicio a un porcentaje de la demanda efectivamente resulta en un ahorro económico que proviene de la disminución de recursos utilizados. Pese a esto, la cartera de clientes que será flexibilizada aún requiere de la asistencia de la firma y debe ser atendida de alguna forma. Para el caso específico del servicio estudiado, la definición del modelo propuesto podría derivar en la política de asignar máquinas de reemplazo en el grupo de clientes definidos como prioritario, y de esta forma disminuir su costo asociado a la no provisión del servicio, especialmente en casos en que existe alta demanda y no se tienen los recursos disponibles para brindar asistencia a la cartera completa. Al mismo tiempo, se podría estipular que no se brindará asistencia técnica en los domicilios de los clientes flexibilizados durante los días de alta demanda. Habilitando para ello las instalaciones que posee para reparar equipos. De esta forma puede disminuir significativamente el costo de proveer la asistencia y, por ende, la incorporación de la política podría justificarse.

El estudio aporta conocimiento teórico actualizado relacionado con la atención al cliente.

Altamirano (2015) presentó su estudio titulado: “La Calidad del Servicio Hotelero y su incidencia en la satisfacción al cliente en la ciudad de Baños de Agua Santa”, como tesis de grado previo a la obtención del título de ingeniero en dirección y administración de empresas turísticas y hoteleras en la Universidad Regional Autónoma de los Andes-UNIANDES (Ecuador). La investigación tuvo como objetivo implementar un Modelo de Gestión para la calidad de los Servicios Hoteleros en la ciudad de Baños, para la mejorar la satisfacción al cliente; para lo cual se aplicó el método analítico-sintético. Se consideró como muestra 400 turistas que forman parte de la investigación a quienes se les aplicó la encuesta estructurada.

La investigación llegó a la conclusión que en el sector hotelero de Baños al tener siempre una gran concurrencia de turista deben procurar estar al pendiente de los clientes y sus necesidades, dando apertura a una mejora de sus servicios y por ende facilitando su posicionamiento en la ciudad; por consiguiente se detalla que el cliente siempre está en busca de comodidad, relax, aventura, calidad en los servicios; por lo que es necesario y responsabilidad de cada propietario controlar sus servicios ofertados.

El estudio aporta conocimiento empírico relacionado con la variable de atención al cliente; así mismo proporciona referentes metodológicos de carácter analítico que permite gestar conjeturas relevantes para el estudio.

Reátegui (2019) presentó una investigación titulada: “Sistema de información para la mejora del proceso de atención al cliente en el Hospedaje Wasi Tur”, estudio realizado para la Universidad Inca Garcilaso de la Vega-Lima. La indagación tuvo como objetivo determinar la influencia del Sistema de Información en la mejora del proceso de atención en el hospedaje Wasi Tur; para lo cual se aplicó una metodología de tipo aplicada con nivel descriptivo con un diseño cuasi experimental. La muestra de la investigación comprenderá toda la población y las respectivas áreas y procesos para la atención al cliente, como:

Reserva, recepción, pedidos, servicios, etc. lo cual equivale a 12 trabajadores de la empresa.

Dentro de las principales conclusiones a las que se llegó es que la funcionalidad del sistema de información hotelera influyó en la atención al cliente puesto que antes del sistema se desarrollaba en una escala de regular - inadecuado en un 75%, a comparación después de utilizar el sistema mostrando una mejoría del 25% llevándose de una manera muy adecuada y un 42% de manera adecuado. Así mismo la fiabilidad del sistema de información hotelera demostró que este dará muchos buenos resultados en la esquematización y optimización de tiempo en la atención al cliente, como el incremento de la productividad y rentabilidad de la empresa, puesto que los clientes en su mayoría consideran buena opción de mejora.

La tesis resulta de utilidad porque proporciona información cualitativa y cuantitativa actualizada sobre los contenidos que se abordan para desarrollar las características de atención al cliente.

Miranda (2018) presentó una investigación titulada: “Calidad de servicio y satisfacción al cliente en el hostel Scorpio en la ciudad de Trujillo 2018” la investigación corresponde a un estudio realizado para la Universidad Nacional de Trujillo. La investigación tuvo como objetivo describir la satisfacción de servicio de hospedaje desde la perspectiva del cliente en el hostel Scorpio, Trujillo 2018; para lo cual se aplicó una metodología de diseño correlacional, de tipo descriptiva simple. Así mismo se tomará una muestra de 90 clientes a quienes se les aplicó un cuestionario de 15 preguntas sobre la expectativa y percepción del usuario.

Dentro de las principales conclusiones a las que se llegó es que La calidad de servicio desde la perspectiva del huésped en el Scorpio, Trujillo 2018 un 61% lo califico sin calidad, y solo un 39% lo califico con calidad. Las dimensiones que más influyeron en

este resultado fueron la capacidad de respuesta que califico con un 80% sin calidad, otra dimensión que contribuyó fueron los aspectos tangibles con un 61% de insatisfacción. Respecto a la satisfacción del servicio de hospedaje, de la muestra se obtuvo un gran porcentaje de clientes no satisfechos, mientras que los clientes satisfechos estuvieron por encima de los clientes muy satisfechos. Las dimensiones que contribuyeron a muy satisfecho fueron empatía y fiabilidad esto es importante porque la empatía no depende del cliente sino del que lo atendió

La investigación resulta útil porque brinda referentes metodológicos e indicadores para el diseño del instrumento del estudio.

Barrientos (2017) Realizó un estudio titulado “Plan de mejora organizacional como factor determinante de la calidad de servicio del Hotel Perú Pacífico en Jesús María, 2017”, investigación realizada para la Universidad Norbert Wiener –Lima. La indagación tuvo como objetivo proponer un plan para mejorar la calidad de servicio interno al Hotel Perú Pacífico en Jesús María – 2017; para lo cual se aplicó una metodología de tipo proyectiva, de diseño no experimental. La muestra escogida para la recolección de datos será de 40 huéspedes nacionales que acudan y hagan uso de los servicios del Hotel Perú Pacífico; dentro de la investigación se aplicó una encuesta dirigida al huésped con 22 preguntas y una entrevista con 07 preguntas abiertas dirigida al administrador, el cuartelero de housekeeping y a la recepcionista.

En la investigación se llegó a la conclusión que la capacitación al personal directivo o colaboradores, conseguirá como resultado que la mayoría reconozca que se ha Mejorado la Calidad de Atención por el impacto positivo en el huésped y los cambios en el servicio. Esencialmente se destacaría el incremento de sus conocimientos con los cuales se obtendría un desempeño responsable que los apoya a la superación laboral. Como conclusión final, es la importancia de gestionar la calidad en un hotel para conseguir

clientes satisfechos y lograr ahorro en una gestión integral de la empresa para obtener óptimos resultados. La Gestión de la Calidad Total es costosa de poner en marcha, pero una vez implantada en un hotel los costes se reducen a largo plazo.

La investigación resulta útil porque propone un plan de mejora basado en las percepciones de los clientes.

Carranza (2018) presentó una investigación titulada: “Características de la competitividad y atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles del casco urbano del distrito de Sullana, 2018”, estudio realizado para la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote-Piura. La indagación tuvo como objetivo describir las Características de la Competitividad y Atención al cliente de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio Rubro Hoteles, del Casco Urbano del Distrito De Sullana, 2018; para lo cual se aplicó la metodología de diseño no experimental de corte transversal, de tipo descriptivo nivel cuantitativo. Para la variable de atención al cliente, la muestra estará conformada por 89 clientes.

En la investigación se llegó a la conclusión que con respecto a las características de la atención al cliente el primer elemento es la diferenciación la mayoría de los clientes de los micros y pequeñas empresas del sector servicio rubro hoteles, conoce las ofertas que las empresa realiza a diferencia de la competencia .Se brinda un servicio adecuado que como cliente necesitan, brindando un servicio de acuerdo a lo que paga .En cuanto a la mejora continua, si realizan cambios innovadores propuesto como clientes. Así mismo la orientación al trabajo y al cliente haciéndolos sentir confortables en su estadía, contando con personal se servicio al momento que lo solicite y por último tenemos los canales de cliente siendo haciendo uso de las redes sociales para contactar empresas que brindan algún servicio. Con respecto a las causas de insatisfacción del cliente mayoría de los clientes de los micros y pequeñas empresas del sector servicio rubro hoteles menciona que

el servicio que brinda es profesional y por último menciona que brinda un servicio agradable.

La investigación resulta útil porque brinda referentes metodológicos e indicadores para el diseño del instrumento del estudio.

García (2017) presentó una investigación titulada “análisis del servicio del área de housekeeping y su influencia en la satisfacción de los clientes del hotel peru hosting – dos estrellas, Piura 2013”, trabajo realizado para la Universidad Cesar Vallejo-Piura. La investigación tuvo como objetivo determinar el nivel de influencia del servicio del área de Housekeping en la satisfacción de los clientes del hotel Perú Hosting dos estrellas – en la ciudad de Piura 2013; para lo cual se aplicó una metodología de enfoque cuantitativo, utilizando un diseño no experimental, de tipo descriptivo correlacional de corte transversal. Se aplicó el cuestionario tipo Likert, el primero sobre satisfacción del cliente dirigido a una muestra de 70 huéspedes que contenía un total de 15 preguntas, y se aplicaron las encuestas a 2 trabajadores, constaba de 11 preguntas.

En el estudio se concluyó que los clientes del hotel, describen las características del servicio del área de housekeping es bueno, principalmente, la decoración, limpieza e higiene de la habitación, orden y organización de la misma, calidad de los amenities, la tecnología de los equipos, condiciones de infraestructura y estado de los muebles, del hotel, en relación a las características del servicio del área de housekeping, hay una percepción positiva en la mayoría de los aspectos de esta variable, sin embargo hay algunos aspectos de esta características del servicio del área de housekeping que son valorados y día a día se realiza el trabajo con eficiencia lo cual el cliente se siente satisfecho con el servicio recibido.

La tesis resulta de utilidad porque proporciona información cualitativa actualizada sobre la atención al cliente; así mismo brinda referentes metodológicos que se asemejan al estudio.

Mauriola (2015) gestó una investigación titulada: “Análisis de la calidad del servicio de empresas turísticas y la satisfacción del cliente para diseñar una propuesta de mejora. Caso: Canchaque, Huancabamba, Piura-Perú”, estudio realizado para la Universidad Nacional de Piura. La indagación tuvo como objetivo determinar el nivel de percepción de los clientes sobre la calidad del servicio que brindan las empresas turísticas y sobre la satisfacción del mismo en la ciudad de Canchaque, al año 2015, para ello en el estudio se desarrolló aplicando una metodología de tipo descriptiva de enfoque correlacional, con diseño no experimental de corte transversal; por consiguiente se aplicó instrumentos de recolección de datos a las empresas turísticas de la ciudad de Canchaque, es decir se aplicó el cuestionario a los turistas/clientes que acudieron a las empresas turísticas,

Dentro de las principales conclusiones a las que conllevó el estudio es que en general respecto a si estoy satisfecho con el servicio recibido en la empresa turística que corresponde a la dimensión satisfacción global, la mayoría está medianamente de acuerdo con en general estoy satisfecho con el servicio recibido en la empresa turística. Así mismo la mayoría está medianamente de acuerdo con me doy cuenta que he recibido al menos lo que esperaba recibir antes de venir a la empresa turística en los hospedajes; respecto a en general estoy satisfecho con el servicio recibido en la empresa turística que corresponde a la dimensión satisfacción global, la mayoría está medianamente de acuerdo con en general estoy satisfecho con el servicio recibido en la empresa turística en los hospedajes.

La investigación resulta útil porque brinda referentes metodológicos e indicadores para el diseño del instrumento del estudio.

2.2. Bases teóricas de la investigación

Es oportuno señalar que hay múltiples empresas dedicadas al rubro hospedaje; entidades establecidas a lo largo y ancho del territorio peruano; sin embargo, es relevante en este acápite resaltar qué MYPE cumplen con características o elementos de la gestión de calidad y atención al cliente que les permite una posición favorable en el mercado.

Si bien es cierto hoy en día la calidad se ha constituido como una idea fuerza fundamental en el mundo de la estrategia empresarial; su gestión se ha sistematizado hasta llegar a convertirse en una corriente filosófica dentro de la administración, la calidad ha ganado terreno con una valoración significativa en el mundo empresarial que la misma ha mutado hacia certificaciones, gerencias específicas encargadas del tema, consultoras focalizadas en ello entre otros. Los consumidores actuales son más exigentes, demandan productos y/o servicios de calidad; pero este término puede variar de un cliente a otro, es por ello la complejidad del tópico que implica una relación muy directa con el consumidor. (González y Arciniegas, 2018).

Por otra parte tenemos la atención al cliente, constituye un elemento diferenciador muy poderoso en el ámbito empresarial y que hoy en día es muy bien valorado por los clientes, un elemento determinante en la decisión de adquirir un producto o servicio; es por ello que hace un tiempo acá las empresas vean en la atención al cliente un plus que les permita tomar fuerza en el mercado, constituyéndose así como entidades orientadas al cliente; es por ello que tener ambos elementos hace que la propuesta de una empresa trate de escapar al precio como criterio de decisión de compra y apunte decididamente a la fidelización del cliente. Considerando estas variables se ha planteado dar un alcance teórico que permita comprender las características primordiales de gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE del rubro hospedaje de la provincia de Ayabaca.

2.2.1. Desarrollo histórico del concepto gestión de la calidad

Para los autores González y Arciniegas (2018) la calidad de un bien o servicio se gesta y se logra paulatinamente. Como manifiestan los autores en mención las normas ISO constituyen un conjunto o conglomerado de preceptos que señalan lo que “se debe hacer”, en resumen constituyen normas orientadas a ordenar la gestión de una empresa en sus distintos ámbitos y se componen de estándares o guías relacionados con sistemas y herramientas específicas de gestión aplicables en cualquier tipo de organización.

González & Arciniegas (2018) manifiestan que respecto a la calidad esta ha ido evolucionando a través del tiempo y ha obtenido aportes significativos a través de hechos relevantes en la historia. El autor antes mencionado cita a Bonds (1994), quien manifiesta que la calidad ha mutado por medio de tres etapas:

- a) **La inspección**, acción que permite la identificación de puntos negros para mejorar.
- b) **El examen como herramienta de verificación**, garantiza y asegura la merma de los niveles de verificación.
- c) **Salvaguarda del atributo del producto**. La implementación de acciones correctivas que aseguren el atributo del producto.

2.2.2.- Sistemas de gestión de calidad:

Se considera el último movimiento hasta la actualidad, como la versión más moderna el denominado Sistema de gestión de calidad.

Deming (1996), fue uno de los grandes promotores de ideas de Shewhart (1980), precisaba el control de calidad como: “La aplicación de principios y técnicas estadísticas en todas las etapas de producción para lograr una manufactura económica con máxima utilidad del producto por parte del usuario”.

En un inicio, fueron los japoneses los más inquietos por el tema de la calidad que sea la más económica, la más importante y placentero para el consumidor.

➤ **Gestión de la calidad**

Consideró a la gestión de calidad cómo una herramienta que permite a las organizaciones poder desarrollar mecanismos coordinador de manera secuencial en el desarrollo del proceso para la producción.

2.2.3.- Sistema de abastecimientos de la gestión de calidad.

Podemos precisar la cadena de abastecimiento con un sistema que engloba los factores fundamentales en la producción y suministro de un bien o servicio: el proveedor de los insumos, las materias primas y materiales, y finalmente transformación de insumos.

(González & Arciniega, 2018)

2. 2. 3.1. Proveedor de los insumos

En la generalidad de proveedores son todos aquellos que garantizan la sostenibilidad del abastecimiento oportuno, seguro y en la cantidad y calidad de lo que requieren los cliente.

(González & Arciniega, 2018)

2.2.3.2.Materias primas y materiales

Según Materia Prima_ EcuRed, se conoce como materias primas a la materia extraída de la naturaleza y que se transforma para elaborar materiales que más tarde se convertirán en bienes de consumo. Es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final.

(González & Arciniega, 2018)

2.2.3.3.- Transformación de insumos

Por GEO Tutoriales, (2015) El Proceso de Transformación de Insumos en Productos o Servicios, consiste en un proceso productivo, en un conjunto de actividades que toma como entradas uno o más insumos y los transforma para obtener como salidas o resultado un producto o servicio. (González & Arciniega, 2018)

2.2.4.- Principios de la gestión de calidad

Las normas internacionales ISO, son mecanismos de vigilancia y control que aseguran el cumplimiento de estándares, para la mejor implementación de sistemas de calidad. ISO en las normas 9000 y 9004, crea las condiciones en todas las organizaciones que cuentan con una estructura que les permite alcanzar logros continuos, mediante los siguientes principios:

a) Enfoque a las partes interesadas (anteriormente cliente)

Referido a la estructura de las organizaciones cuyo destino es la generación de productos para diferentes exigencias del mercado.

b) Liderazgo

El líder es aquel que dirige, instaura e incentiva al personal involucrado y comprometido en la obtención de los objetivos de la organización.

c) Involucrar a la gente

En la esencia de la organización para lograr la mejora continua del personal y por ende el mejor resultado de los procesos y elaboración de productos.

2.2.4.1 Enfoque sistémico

La organización es una agrupación de procesos y actividades coherentes que interactúan en el manejo de los recursos para lograr un fin, en este caso los objetivos de la agrupación.

2.2.4.2 Mejoramiento continuo

Involucra los procesos, al personal para que tengan la capacidad de tomar decisiones en caso de ausencia de directivos, la empresa debe avanzar en el logro de la misión de la organización, para ello

la difunde al personal a fin de comprometerlo y que este identificado permanentemente.

2.2.4.3 Decisiones en base en datos y hechos

Es frecuente que muchas de las determinaciones que toman los gerentes y el personal directivo de una empresa, se basa en la percepción y en la experiencia. No obstante, en toda decisión continuamente habrá algo de inteligencia emocional y por ende de intuición. Las decisiones que se toman con base en hechos reales y datos verdaderos dirigen a resultados correctos.

a) Relaciones mutuamente beneficiosas entre la organización y sus proveedores

Anteriormente se dijo que la organización es un sistema integrado cuyos elementos interactúan para obtener los objetivos de la empresa. No obstante, la organización hace parte de un sistema superior, que se conoce con los nombres de Cadena del valor y más específicamente.

2.2.5- Atención al Cliente.

Fundamentos teóricos de la atención al cliente

Conceptos básicos

El crecimiento de la Segunda Revolución Industrial generó en las organizaciones un modo de gestión orientado primordialmente al estudio y mejora de los procedimientos de elaboración. Los productos eran ofertados en el mercado sin examinar de forma sistémica la conducta de la demanda. La gestión orientada a la producción era acreditada en una economía en la cual la demanda superaba a la oferta y los surtidos de productos eran bastante reducidos. Los consumidores requerían un determinado producto y una empresa desarrollaba los sistemas de producción para poder ofertar este producto de forma estándar y al mínimo coste posible.

2.2.6 Gestión de atención al cliente

Blanco (2016) La gestión de atención al cliente es, por tanto, el conjunto de

actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas y, por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes.

Dentro de la estructura de la atención al cliente, debemos siempre considerar las siguientes dimensiones y conceptos básicos:

2.2.7 Orientación al mercado

La gestión de atención al cliente exige a las empresas disponer de fuentes válidas y fiables de información sobre los integrantes del mercado y el comportamiento de los consumidores. Toda empresa que busque la competitividad y eficiencia tiene claro reflejar sus indicadores de orientación al cliente, diferenciación y flexibilidad. Blanco (2016)

3 2.2.7.1 Orientación al cliente

Se considera muy importante la orientación a los clientes para de esa manera poder fidelizarlos, tratando de darles un trato muy amigable permanente y satisfaciendo sus necesidades Blanco (2016)

2.2.7.2 Diferenciación:

El mercado competitivo hoy en día ofrece bienes y servicios cada vez más semejantes y a precios similares para cada segmento de consumidores. Blanco (2016)

2.2.7.3 Flexibilidad

Las empresas van interesándose y aplicando programas de calidad de servicio y atención al cliente las posibilidades de los consumidores van aumentando. Las empresas deben estar preparadas para adaptarse a posibles cambios en su sección y las necesidades crecientes de los clientes. Para ello los trabajadores que están en contacto directo con el cliente ha de tener la preparación y capacitación adecuada para tomar decisiones y satisfacer las

necesidades de los clientes incluso en los casos más imprevisibles. Blanco (2016)

2.2.8 Satisfacción de los clientes

Si los consumidores continúan partiendo según la postura anterior, hacia la sección en general, una organización o marca en particular, pero toda postura es cambiante en función de la satisfacción o desconformidad alcanzada por la atención percibida.

Se ha comprobado hipotéticamente conforme (Cronin y Taylor, 1992) que la satisfacción del cliente incide en las intenciones de compra posterior más que la propia calidad del servicio, todo programa que desea ejecutarse de cortesía con el consumidor debe tener como objetivo principal la satisfacción del mismo. Blanco (2016)

2.2.8.1. Conocimiento de las necesidades y expectativas del cliente

El consumidor no siempre tiene las mejores expectativas al adquirir los productos porque no hay una buena conexión y para iniciar dicha conexión esta puede ser expresiva solo para una agrupación determinada de los consumidores puesto que existen desigualdades en la percepción del dinero y su cuantía. Algunos de los consumidores son iguales, puesto que cuando llegan al mercado impulsados por sus distintas obligaciones debemos ofrecer a cada agrupación lo que desea y necesita Blanco (2016)

2.2.8.2 Orientación hacia la solución de problemas

El consumidor debe ser escuchado para que manifieste sus necesidades y busque la manera posible de darle solución a sus problemas, por lo que se debe tratar de entender al consumidor y de esa manera logre un resultado eficiente. Blanco (2016)

2.2.8.3 Fidelización del cliente

: Los clientes son cada vez más desleales debido a las interesantes ofertas de la

competencia ofreciendo mejores productos, precios, surtido, disponibilidad, etc.

La empresa de hoy en día ha de mantener a sus consumidores, fidelizarlos, ofreciéndoles aquellas prestaciones que los lleven a pensar si merece la pena variar de establecimiento. Resulta rentable y difícil, retener a los consumidores actuales que captar clientes nuevos.

Para alcanzar la fidelización de los consumidores se debe indagar nuevos valores agregados al producto, tratando de innovar para que ellos puedan estar satisfechos y valoren otras variables como puede ser el costo o la distancia que son recordadas por la competencia. Blanco (2016)

III. HIPÓTESIS

3.1. Hipótesis general:

Según Hernández, Fernández & Baptista (2016) las hipótesis son “explicaciones tentativas del fenómeno investigado que se formulan como proposiciones”, es decir las hipótesis indican lo que tratamos de probar los autores en mención afirman que en el caso de las investigaciones que poseen una metodología de tipo descriptivo no es necesario establecer hipótesis de estudio debido a que en estos estudios se indagan las incidencias de las modalidades de una o más variables en resumen en la presente indagación solo se describirán las características de la situación sin necesidad de ser alteradas.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

La presente investigación efectuada en el Distrito de Ayabaca, Provincia de Ayabaca es de tipo cuantitativa ya que se va a necesitar medir o cuantificar numéricamente las variables estudiadas, que en este caso son: gestión de calidad y atención al cliente, por lo que los datos son producto de mediciones que se representarán mediante números o cifras, datos que se pueden transformar en estadísticas utilizables, es decir que el propósito de la investigación es la medición objetiva, la recogida de información sistemática y estructurada. Como manifiesta Díaz (2015) la metodología cuantitativa consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio. Por lo tanto, para realizar estudios cuantitativos es indispensable contar con una teoría ya construida, dado que el método científico utilizado en la misma es el deductivo.

La investigación es de nivel descriptivo, como lo manifestó Arias (2016) “las investigaciones de nivel descriptivo consisten en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o campo”; por ende, los resultados de una investigación descriptiva se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere. el estudio cumple con dichas pautas mencionadas por el autor por eso se asume como una investigación de nivel descriptivo porque describirá las características que tiene la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro hospedaje en la provincia de Ayabaca año 2019.

Baena (2017) en su libro metodología de la investigación cita a Hernández, Fernández y Baptista quienes manifiestan que existen dos tipos de diseños: la investigación experimental y la no experimental. Para los autores “la investigación no experimental

recoge y analiza datos sobre las variables, estudia las propiedades y fenómenos de la situación problemática de manera objetiva, así los resultados se pueden generalizar”. Se precisó que la investigación es de diseño no experimental, denotando que en dicha investigación no se varían las variables independientes, es decir se observan los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, sin alterar ni en lo más mínimo la realidad ni el fenómeno estudiado para después analizarlos y obtener conjeturas precisas, en resumen, la investigación se realiza sin manipular en forma deliberada ninguna variable.

Con respecto a la extensión en el tiempo será de corte transversal o simultáneo porque el estudio se ajustará a un momento determinado, un segmento de tiempo durante el año con la finalidad de obtener las características relevantes que poseen las MYPE rubro hospedajes; es decir se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. (Supo, 2016)

Como manifiesta el autor esta es una forma relativamente fácil de llevar a cabo un experimento preliminar, lo que permite al investigador concentrarse en determinados grupos de población y entender el panorama más amplio; generando que el investigador aplique dicho método, utilizando el estudio transversal para aislar las posibles áreas de interés, esta determinación en el tiempo de corte transversal es apropiado cuando la investigación se centrara en analizar cuál es el nivel de una o diversas variables en un momento dado o en un punto específico de duración.

4.2. Población y muestra

La investigación tendrá como población bajo estudio a las MYPE y los clientes que solicitan los productos y/o servicios de dichas organizaciones dedicadas al rubro hospedajes, en consecuencia, el estudio queda conformado por un total de 03 hospedajes que se detallan a continuación.

Tabla 1: Unidades de Análisis

N°	Propietario	Razón social	Dirección	Registro Único de Contribuyentes-RUC
01	Aurelia Portocarrero de Namuche	Hospedaje "ALEX"	Calle Tacna 271	10030878294
02	Teófilo Castillo Valle	Hospedaje "SAN MARTIN"	Calle Cáceres 326	10030908541
03	Nelson Vegas Llapapasca	Hospedaje "El MIRADOR"	Calle Tacna 338	10030880205

Fuente: Datos proporcionados por los propietarios de los hospedajes
Elaboración propia

4.2.1. Muestra

Hernández (2016), señala que la muestra es “un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible”. En la investigación solo se trabajará con una parte o fracción de la población por ello, se elegirá una muestra representativa y los datos obtenidos en ella se utilizarán para realizar pronósticos en poblaciones futuras de las mismas características. Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la fórmula estadística correspondiente a una población infinita para obtener el resultado muestral a encuestar.

$$n = \frac{Z^2 P x Q}{E^2} \text{ ó } n = \frac{Z x S^2}{E^2}$$

Fuente: Hernández, Fernández, Baptista (2016)

Dónde:

n = tamaño de la muestra

z = nivel de significancia o valor de confianza= 95%= 1.96

p= probabilidad de éxito= 0.50

q= probabilidad de fracaso =0.50

E= máximo de error permisible =0.05

Reemplazando:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}{0.05^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.50 \times 0.50}{0.025}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384 \text{ Clientes}$$

Como se puede evidenciar en la investigación se tomará una muestra de 384 clientes para la aplicación del instrumento; y en cuanto a las MYPE tenemos un total de 03 unidades económicas por lo que como manifiesta Hernández, Fernández y Baptista, (2016) si $N \leq 50$, entonces $N = n$. es decir en las MYPE contamos con una población finita donde $N = 03$ empresas, por tanto la muestra “n” será de un total de 03 organizaciones, en términos abreviados “si la población es menor o igual de 50 individuos, la población es igual a su muestra”. El muestreo empleado es el no probabilístico estratificado por conveniencia.

4.2.2. Criterios de inclusión

- ✓ Se incluye a los representantes de las 03 MYPE
- ✓ Los clientes de sexo masculino y femenino mayores de 18 años
- ✓ Clientes que aceptaron realizar la encuesta.

4.2.3. Criterios de exclusión.

- ✓ Se excluye al personal de la MYPE,
- ✓ Clientes de sexo masculino y femenino menores de 18 años de edad.

- ✓ A los clientes que tengan alguna limitación para poder responder el cuestionario.
- ✓ Clientes apurados y sin disponibilidad de tiempo.

4.2.4. Identificación de las variables

En la investigación se han considerado dos variables de estudio: la variable número uno corresponde a la gestión de calidad y la variable número dos corresponde a la atención al cliente

En la población para la variable gestión de calidad, se acudirá a los propietarios clientes cuyas características son las siguientes: propietarios con edades comprendidas entre 18-83 años; son de ambos sexos.

En la población para la variable atención al cliente, se acudirá a los clientes cuyas características son las siguientes: clientes con edades comprendidas entre 18-78 años, son de ambos sexos, presentan un nivel socioeconómico promedio b y c.

4.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores

Tabla 2: Operacionalización de las variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Definición Operacional	Escala
Gestión de Calidad	<p>“Gestión de calidad puede ser considerada como la manera o estrategia en que una organización desarrolla la gestión empresarial en todo lo relacionado con la calidad de sus productos (y servicios), y los procesos para producirlos. Consta de la estructura organizacional, la documentación del sistema, los procesos y los recursos necesarios para alcanzar los objetivos de calidad, cumpliendo con los requisitos del cliente” (Gonzales, 2017)</p>	Sistemas de abastecimiento	Proveedor de los insumos	<p>La dimensión “sistemas de abastecimiento” se medirá con sus indicadores: “proveedor de los insumos, materias primas y materiales, organización que transforman los insumos” con la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario de escala.</p>	Ordinal
			Materias primas y materiales		
			Transformación de insumos		
		Principios de gestión de calidad	Enfoque sistémico	<p>La dimensión “principios de Gestión de Calidad” se medirá con sus indicadores: “enfoques sistémicos”, “mejoramiento continuo”, “decisiones en base a datos y hechos”. con la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario de escala</p>	Ordinal
			Mejoramiento Continuo		
			Decisiones en base a datos y hechos.		

Atención al cliente	“Conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas y, por tanto, crear o in cementar la satisfacción de nuestros clientes”. (Blanco, 2017).	Orientación al mercado	Orientación al cliente	La dimensión “orientación del mercado” se medirá con los indicadores: “orientación al cliente”, “diferenciación”, “flexibilidad”; con la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario de escala	Ordinal
			Diferenciación		
			Flexibilidad		
		Satisfacción de los clientes	Conocimiento de las necesidades y expectativas del cliente.	La dimensión “satisfacción de los clientes” se medirá con los indicadores: “conocimiento de las necesidades y expectativas del cliente”, “orientación hacia la solución de problemas”, “fidelización del cliente”, con la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario de escala	Ordinal
			Orientación hacia la solución de problemas		
			Fidelización del cliente		

Elaboración propia

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Con lo que respecta a las técnicas e instrumentos de recolección de datos, para la presente investigación se empleará el método de la encuesta, dicha herramienta permitirá recopilar información y/o datos mediante la implementación de un cuestionario previamente planificado; los datos a recolectar se obtendrán realizando un conglomerado de interrogantes organizadas que tendrán como sujeto de aplicación la muestra de estudio definida en la investigación, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos..

Arias (2015) define la encuesta como “una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de si mismos, o en relación con un tema en particular”.

El instrumento utilizado es el cuestionario que consta de preguntas dirigidas a los propietarios y clientes de las MYPE rubro hospedaje en la provincia de Ayabaca año 2019, teniendo en consideración que dichos sujetos se constituirán como la muestra de estudio de la investigación; se tendrá en consideración el manejo de la escala la escala de Likert o comúnmente conocida como escala ordinal, en el cual las respuestas son puntuadas en un rango de valores. Por ende, la escala psicométrica de la investigación se denotará de la siguiente manera:

Siempre	A veces	Nunca
X		

Baena (2017) define el cuestionario como “un instrumento que agrupa una serie de preguntas relativas a un evento, situación o temática particular, sobre el cual el investigador desea obtener información”. Para el desarrollo de la investigación el cuestionario se obtendrá a partir de la operacionalización de las variables, utilizando un

listado de preguntas escritas que se entregarán a los sujetos. Además, se acudió a la validación por medio de expertos.

*** Ficha técnica del instrumento:**

Nombre: cuestionario para describir las características de la variable gestión de calidad y atención al cliente.

Autor: Broncano Merino Celia Iralda

Lugar de aplicación: interiores de los hospedajes de la provincia de Ayabaca-Piura

Forma de aplicación: Individual

Duración de la aplicación: 5-10 minutos dependiendo a quien está dirigido el cuestionario.

Descripción del instrumento: el instrumento es un cuestionario de 12 preguntas para los propietarios, presenta una escala ordinal. Por consiguiente, el cuestionario aplicado a los clientes consta de 12 interrogantes con el manejo de escala ordinal.

Validación: El cuestionario se validó utilizando juicio de expertos. La constancia de validación del instrumento figura en la sección de anexos.

4.5. Plan de análisis

Para llevar a cabo la presente investigación, se ha establecido una secuencia de pasos para la recopilación y organización de datos que se detalla a continuación:

1. Se contactó con los representantes de las MYPE dedicadas al rubro hospedajes, con la finalidad que autorice contactar con sus clientes durante el día estipulado por el investigador para la respectiva recolección de datos.
2. Se aplicó la encuesta el día 20 de octubre del 2018 tanto a los propietarios como a los clientes de las MYPE que hayan aceptado ser encuestados, para esta labor se contó con un equipo de cinco encuestadores a fin de poder cubrir la muestra obtenida en la investigación y así la aplicación se desarrolle en el tiempo establecido.

3. Después de aplicado el cuestionario y haber obtenido los datos necesarios, se procedió a tabular y graficar dicha información de acuerdo a cada variable y sus respectivas dimensiones para procesar de manera organizada los resultados de la muestra en estudio. Mediante la estadística descriptiva, se calcularán las frecuencias para posteriormente llevar las cifras a niveles porcentuales empleando el manejo del sistema SPSS.
4. Una vez elaborada la matriz de datos y gráficos correspondientes se realizó el análisis y la interpretación de los mismos obtenidos por medio del cuestionario que previamente ha sido validado con la táctica de juicio en manos de expertos. En tal sentido, se sometió al juicio de profesionales quienes verificaron y evaluaron la coherencia, congruencia, precisión, etc. del instrumento y mediante el análisis de fiabilidad que se realizó bajo el criterio de coeficiente alfa de Cron Bach en base a una muestra piloto escogida al azar representativa al 10 % del tamaño de muestra.
5. Se preparó los resultados para presentarlos.

4.6. **Tabla 3: Matriz de consistencia**

Enunciado	Problema	Objetivos	Hipotesis	Metodología
General	¿Qué características tiene la gestión de calidad y atención al cliente de las MYPE rubro hospedaje en la provincia de Ayabaca año 2019?	Describir las características que tiene la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro hospedaje en la provincia de Ayabaca año 2019.	Según Hernández, Fernández y Baptista (2016) afirman que las investigaciones de nivel descriptivo indagan las incidencias de las modalidades de una o más variables, por lo mismo que no es necesario establecer hipótesis de estudio.	<p>TIPO DE INVESTIGACION: Cuantitativa</p> <p>NIVEL DE INVESTIGACION: Descriptiva</p> <p>DISEÑO: No experimental, corte transversal</p> <p>POBLACION: Muestra 3 MYPE de la Provincia de Ayabaca y 384 clientes.</p> <p>TÉCNICA: Encuesta</p> <p>INSTRUMENTO: Cuestionario</p>
Específicos		Determinar el sistema de abastecimiento de calidad de las MYPE rubro hospedaje en la provincia de Ayabaca año 2019		
		Conocer las principales características de gestión de calidad en las MYPE rubro hospedajes en la provincia de Ayabaca año 2019		
		Analizar la estructura de atención al cliente en las MYPE rubro hospedaje en la provincia de Ayabaca año 2019.		
		Identificar el nivel de satisfacción de los clientes de las MYPE rubro hospedajes en la provincia de Ayabaca año 2019		

Elaboración propia

4.7. Principios éticos

En la investigación se consideró la autenticidad de la información, datos y resultados presentados, teniendo en consideración el manejo de fuentes primarias y secundarias de naturaleza fehaciente para lograr un correcto manejo de las características y hechos de la indagación. En la presente investigación se tiene gran respeto sobre la propiedad intelectual, la privacidad; protegiéndose la identidad de los sujetos que participan en el estudio. Además, se rechazarán las conclusiones prejuiciosas, manipuladas y alienantes. De tal manera la investigación se realizó con independencia de criterio, honestidad intelectual, imparcialidad, pluralismo, responsabilidad social y transparencia, respetando en todo momento el código de ética de investigación y las normas APA (American Psychological Association) preceptos que regulan la redacción de textos, como también sus implicaciones en la presentación de trabajos escritos, con el fin de gestar una investigación que cumpla con los lineamientos de calidad exigidos por la universidad.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados de la encuesta

Los resultados de la encuesta aplicada a los propietarios y clientes de las MYPE del rubro hospedajes de la provincia de Ayabaca, año 2019, se basan en aspectos generales, y a las variables gestión de calidad y atención al cliente. A continuación, se presentan las tablas correspondientes:

Datos demográficos:

Tabla 4:

Edad del propietario

	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	70	1	33.33%
	75	1	33.33%
	83	1	33.33%
	TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE rubro hospedaje, año 2019.
Elaboración propia

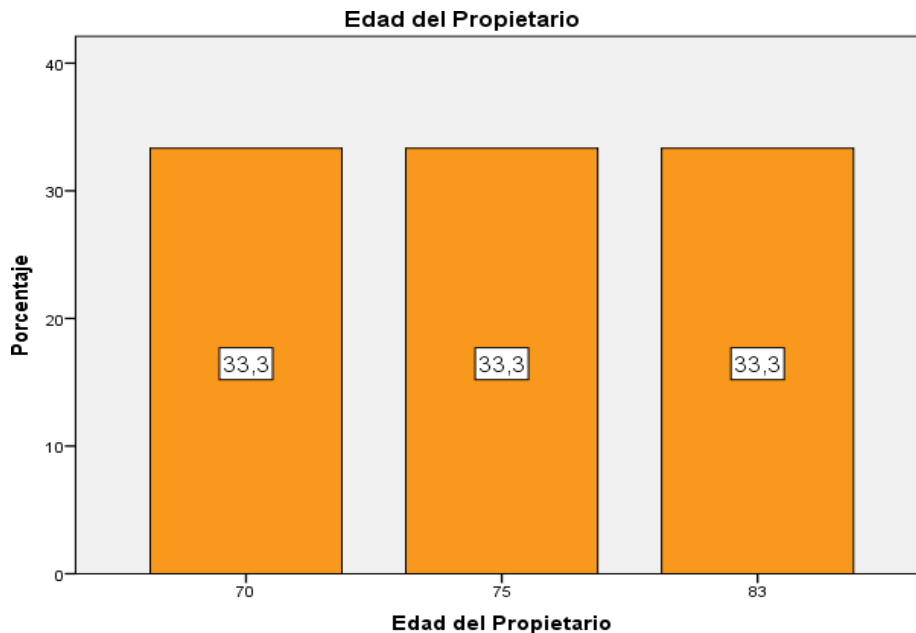


Figura 1: Edad del propietario

Interpretación: Las edades más frecuentes presentadas en los propietarios de Hospedajes en la provincia de Ayabaca son de 70, 75, y 83 años respectivamente con un 33.3% de los casos

Tabla 5:

Género de los propietarios

	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Femenino	1	33.33%
	Masculino	2	66.7%
	TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE rubro hospedaje, año 2019.

Elaboración propia

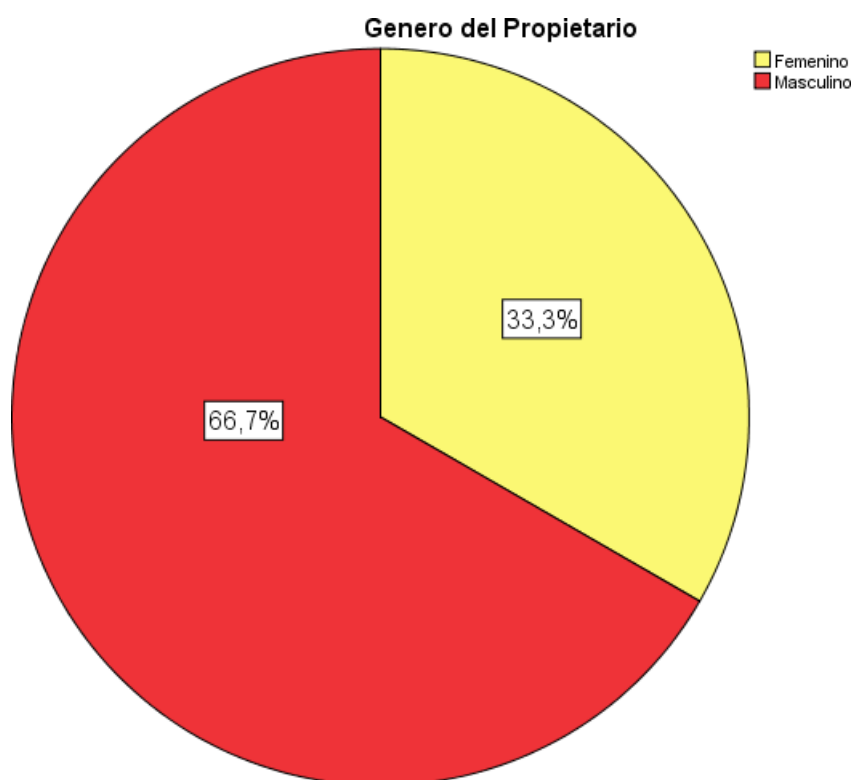


Figura 2: Género del propietario

Interpretación:

El 66.7% de los propietarios encuestados de los hospedajes de la Provincia de Ayabaca son del género masculino, mientras que el 33.3 % de estos son del género femenino.

Tabla 6:

Nivel de estudios del propietario

	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Primaria	2	66.7%
	Secundaria	1	33.3%
	TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE rubro hospedaje, año 2019.
Elaboración propia

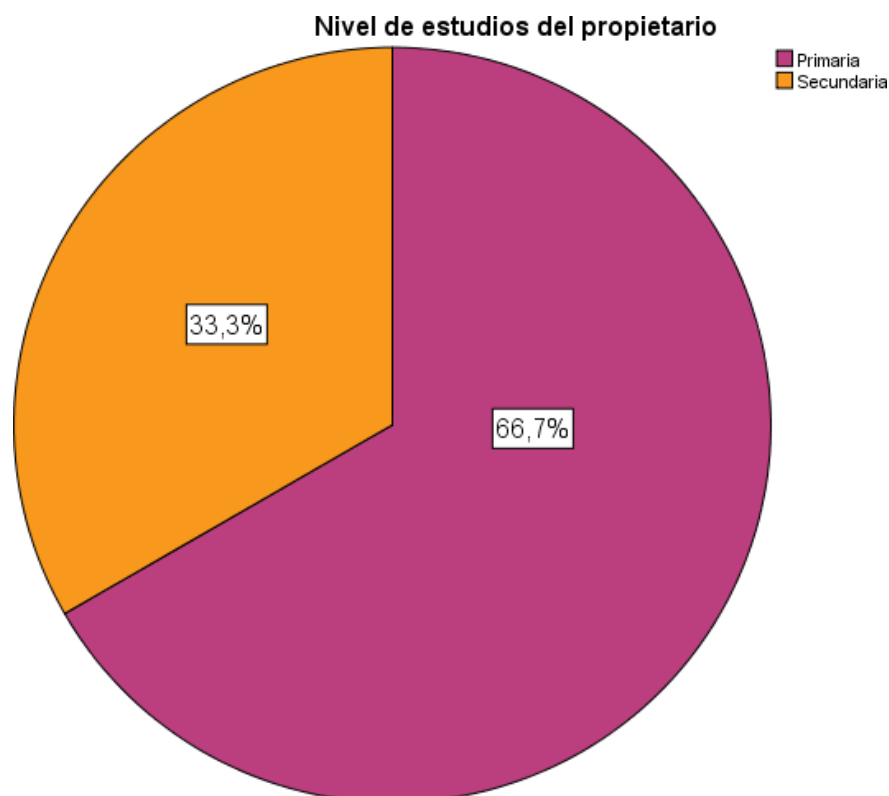


Figura 3: Nivel de estudios del propietario

Interpretación:

El 66.7 % de los propietarios encuestados de los hospedajes de la provincia de Ayabaca tienen un nivel de estudios Primarios y el 33.3 % un nivel de estudios Secundarios.

Tabla 7:

Estado en que se reciben los materiales y suministros de los proveedores

	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Siempre	3	100%
	A veces	0	0,0%
	Nunca	0	0,0%
	TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE rubro hospedaje, año 2019.
Elaboración propia



Figura 4: Estado en que se reciben los materiales y suministros de los proveedores

Interpretación:

Los propietarios manifiestan en un 100% que siempre es indispensable revisar el estado en que reciben los materiales y suministros que entregan sus proveedores.

Tabla 8:

Al solicitar los pedidos se cumplen con los requisitos y tiempos estipulados

	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Siempre	0	0,0%
	A veces	3	100%
	Nunca	0	0,0%
	TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE rubro hospedaje, año 2019.
Elaboración propia



Figura 5: Al solicitar los pedidos se cumplen con los requisitos y tiempos estipulados

Interpretación:

Los propietarios manifiestan en 100% que sus proveedores a veces cumplen con los requisitos y tiempos solicitados por sus pedidos.

Tabla 9:

Registrar los insumos, suministros y controlar el stock permite detectar cuando es necesario una nueva reposición en las áreas

	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Siempre	3	100%
	A veces	0	0,0%
	Nunca	0	0,0%
	TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE rubro hospedaje, año 2019.
Elaboración propia

Registrar los insumos, suministros y controlar el stock permite detectar cuando es necesario una nueva reposición en las áreas

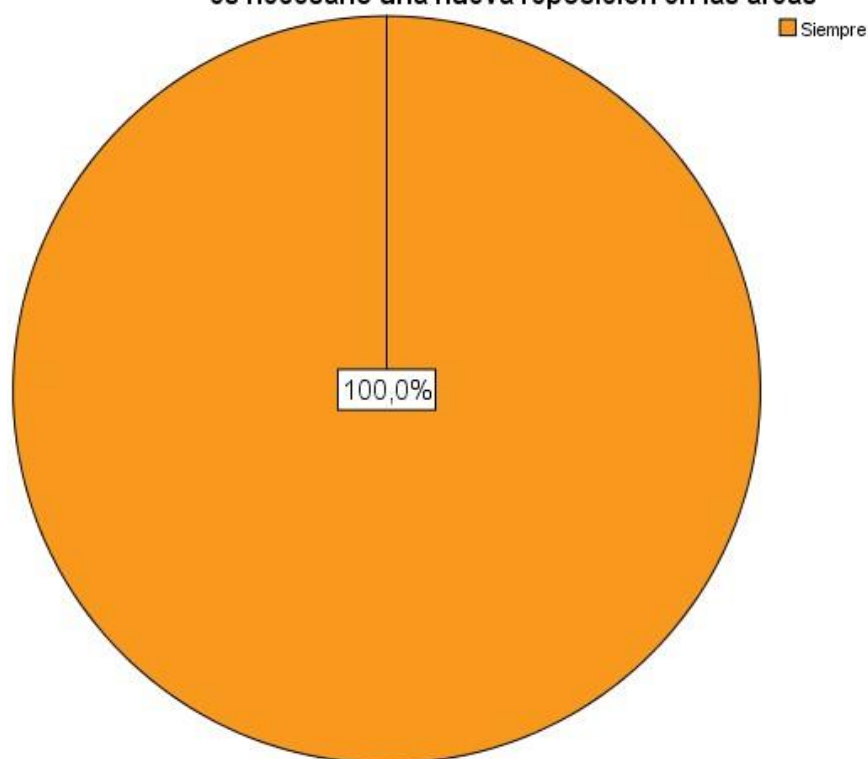


Figura 6: Registrar los insumos, suministros y controlar el stock permite detectar cuando es necesario una nueva reposición en las áreas

Interpretación:

Los propietarios manifiestan en 100% que sus proveedores a veces cumplen con los requisitos y tiempos solicitados por sus pedidos.

Tabla 10:

Los recursos y materiales que tiene el hospedaje están en buen estado

	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Siempre	3	100%
	A veces	0	0,0%
	Nunca	0	0,0%
	TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE rubro hospedaje, año 2019.

Elaboración propia

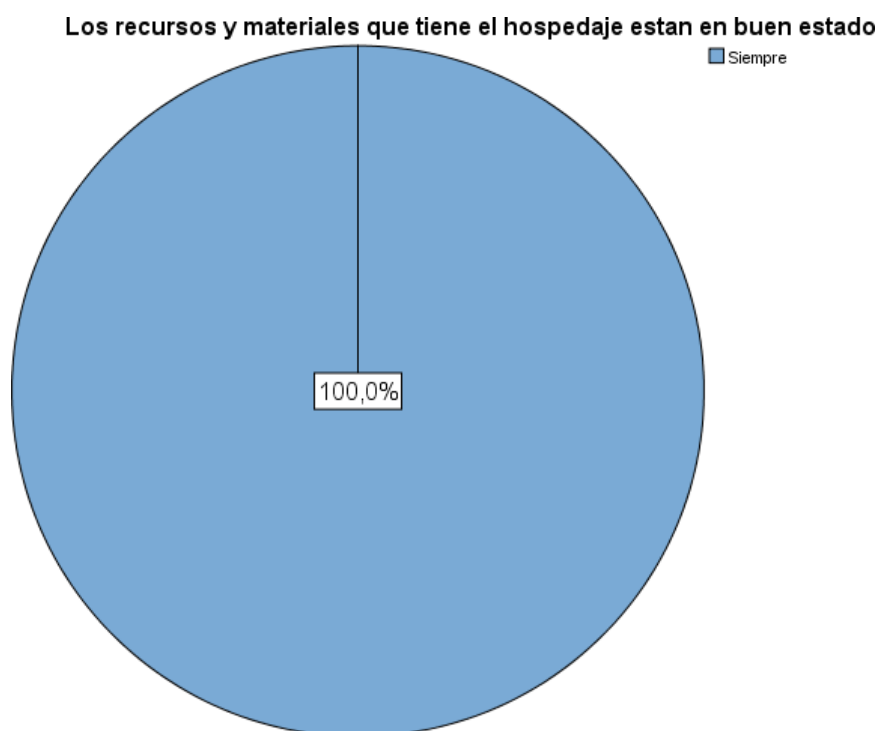


Figura 7: *Los recursos y materiales que tiene el hospedaje están en buen estado*

Interpretación:

Los propietarios manifiestan en 100% que los recursos y materiales con los que cuentan siempre están en buen estado.

Tabla 11:

Es importante verificar la conformidad entre la orden de compra y el documento sustentatorio del proveedor.

	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Siempre	3	100%
	A veces	0	0,0%
	Nunca	0	0,0%
	TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE rubro hospedaje, año 2019.
Elaboración propia

Es importante verificar la conformidad entre la orden de compra y el documento sustentatorio del proveedor

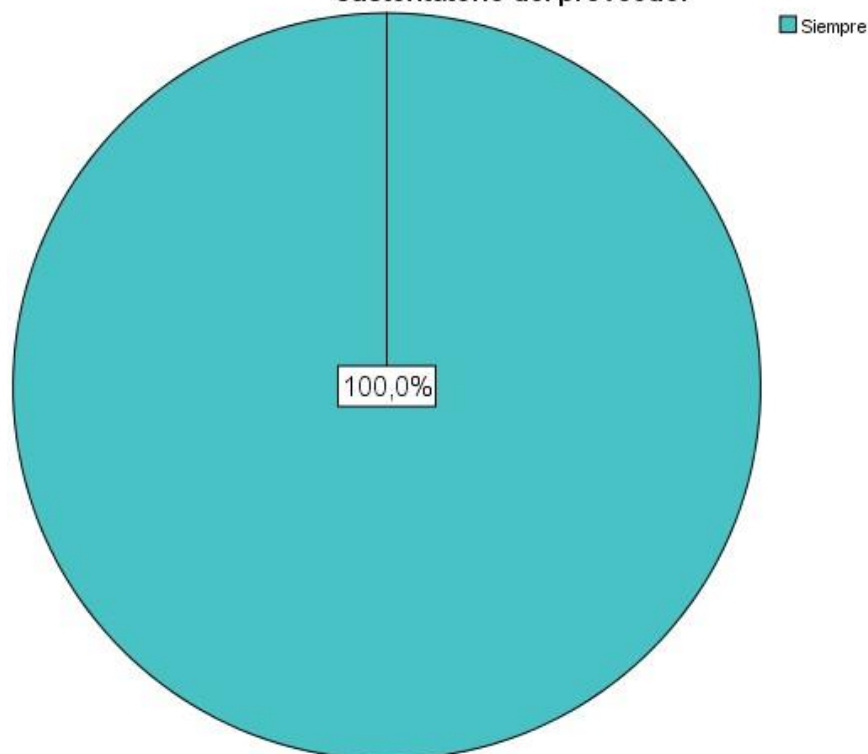


Figura 8: *Es importante verificar la conformidad entre la orden de compra y el documento sustentatorio del proveedor.*

Interpretación:

El 100 % de los propietarios encuestados manifiesta que siempre es importante verificar la conformidad en el orden de compra y el documento sustentatorio del proveedor.

Tabla 12:
Los recursos principales que requiere el hospedaje están detallados al gusto y preferencias del cliente.

	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Siempre	1	33.3%
	A veces	2	66.7%
	Nunca	0	0,0%
	TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE rubro hospedaje, año 2019.
Elaboración propia

Los recursos principales que requiere el hospedaje están detallados al gusto y preferencias del cliente

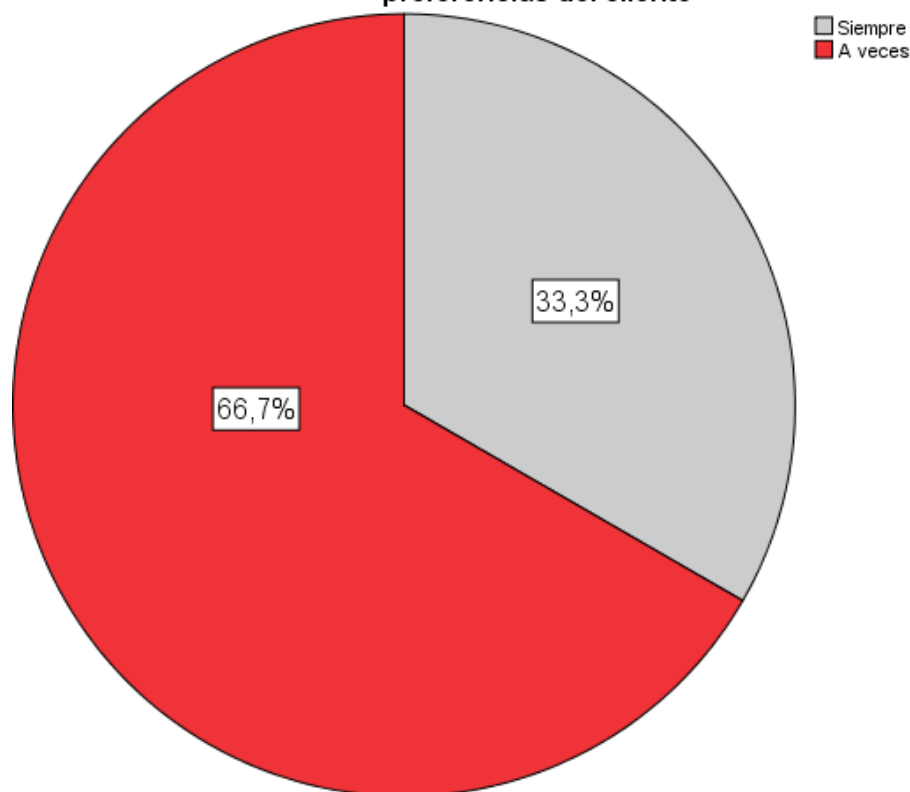


Figura 9: Los recursos principales que requiere el hospedaje están detallados al gusto y preferencias del cliente.

Interpretación:

El 66.7 % de los propietarios encuestados manifiesta que los recursos principales que requiere el hospedaje siempre están detallados al gusto y preferencia del cliente, mientras que el 33.3 % manifiesta que los recursos a veces se requieren al gusto y preferencia del cliente.

Tabla 13:

Las áreas con las que cuenta el hospedaje se apoyan entre sí, para lograr el objetivo esperado

	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Siempre	0	0,0%
	A veces	3	100%
	Nunca	0	0,0%
	TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE rubro hospedaje, año 2019.
Elaboración propia



Figura 10: Las áreas con las que cuenta el hospedaje se apoyan entre sí, para lograr el objetivo esperado

Interpretación:

Los propietarios manifiestan en 100% que las áreas con las que dispone el hospedaje a veces se apoyan entre sí para lograr el objetivo.

Tabla 14:

El proceso de comunicación empleado por el personal de las diferentes áreas es eficaz y eficiente

	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Siempre	0	0,0%
	A veces	3	100%
	Nunca	0	0,0%
	TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE rubro hospedaje, año 2019.
Elaboración propia

El proceso de comunicación empleado por el personal de las difentes areas es eficaz y eficiente

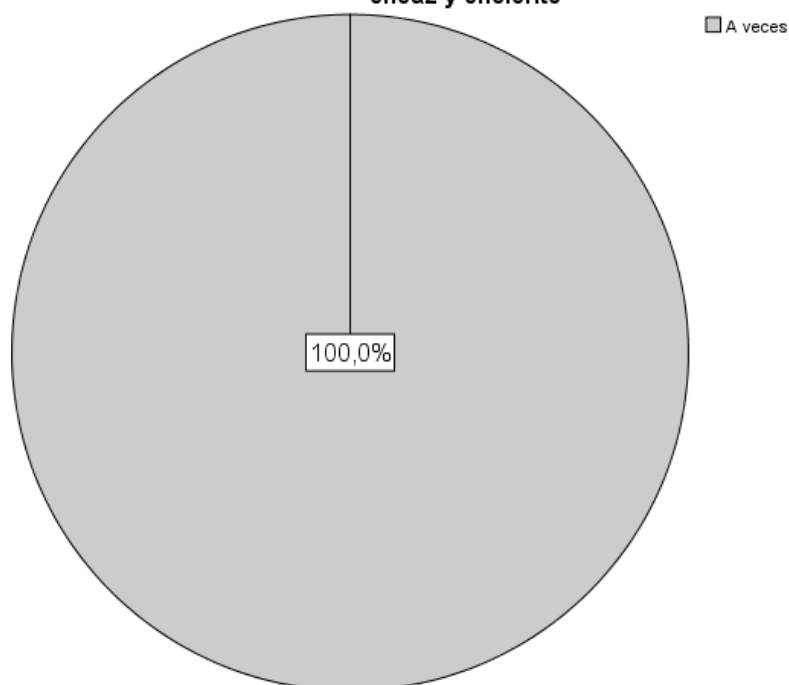


Figura 11: El proceso de comunicación empleado por el personal de las diferentes áreas es eficaz y eficiente

Interpretación:

Los propietarios manifiestan que en un 100% a veces el proceso de comunicación empleado por su personal es eficaz y eficiente.

Tabla 15:

Ha considerado en el último año un estudio de mercado para analizar necesidades y expectativas del cliente

	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Siempre	0	0,0%
	A veces	3	100%
	Nunca	0	0,0%
	TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE rubro hospedaje, año 2019.
Elaboración propia

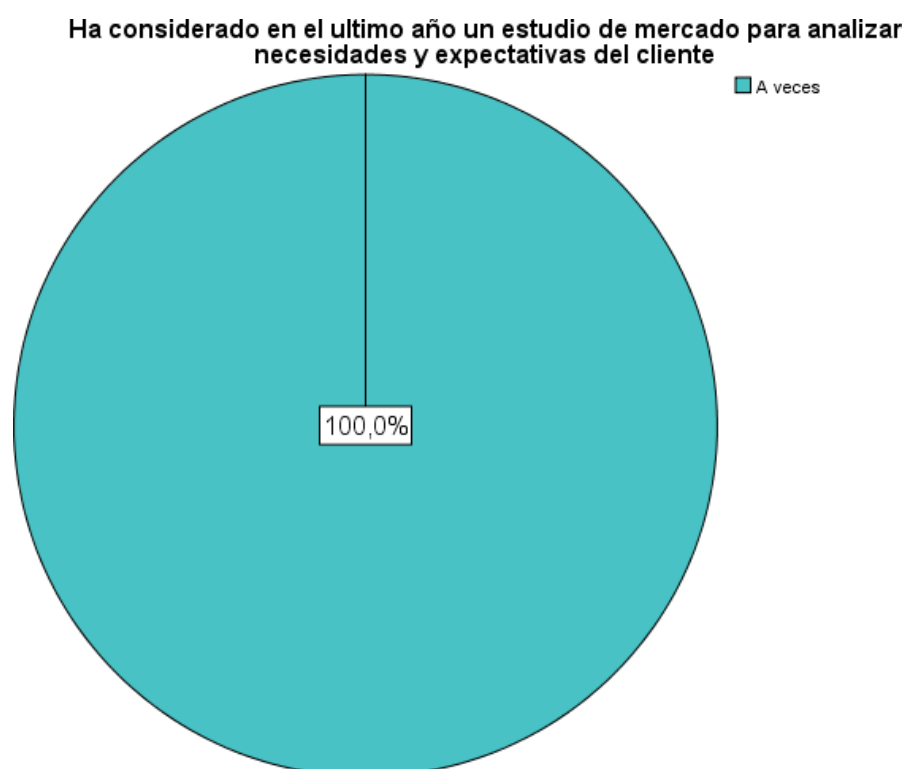


Figura 12: Ha considerado en el último año un estudio de mercado para analizar necesidades y expectativas del cliente

Interpretación:

Los propietarios manifiestan en un 100 % que a veces consideran realizar un estudio de mercado para analizar las necesidades del cliente.

Tabla 16:

Ha planificado e implementado procesos de seguimiento, medición, análisis y mejora para demostrar la conformidad y calidad del servicio

	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Siempre	1	33.3%
	A veces	2	66.7%
	Nunca	0	0,0%
	TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE rubro hospedaje, año 2019.
Elaboración propia

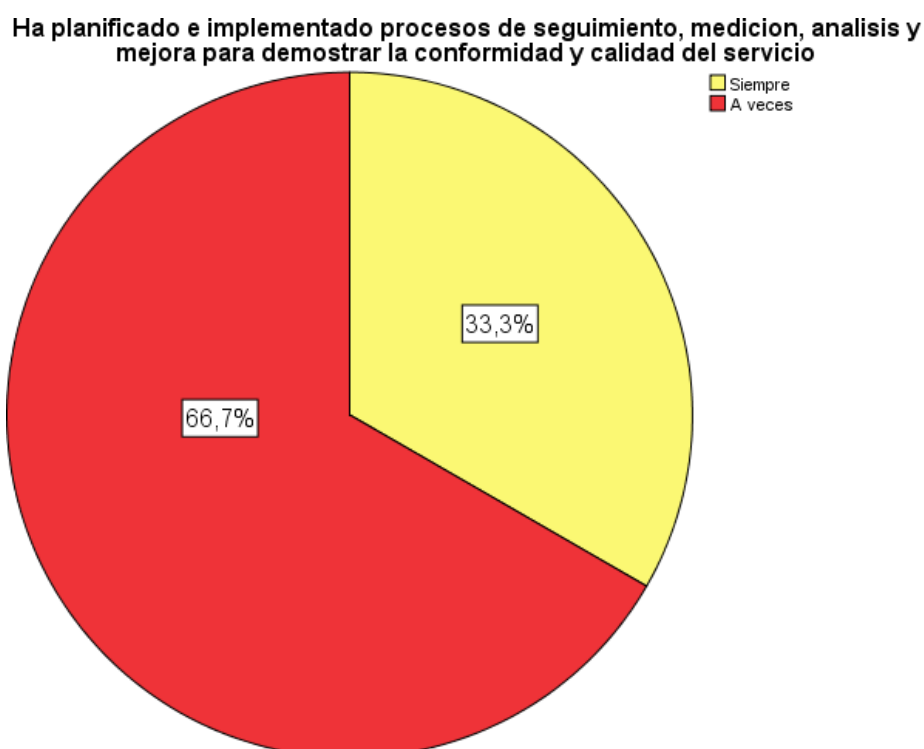


Figura 13: *Ha planificado e implementado procesos de seguimiento, medición, análisis y mejora para demostrar la conformidad y calidad del servicio*

Interpretación:

Los 66.7% de los propietarios manifiesta que a veces ha planificado e implementado procesos de seguimientos para demostrar la conformidad y calidad del servicio, mientras un 33.3% de los propietarios manifiesta que lo hace siempre.

Tabla 17:

Ha considerado una base de sus datos de sus clientes, con el objetivo de lograr fidelizarlos en un mediano plazo

	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Siempre	0	0,0%
	A veces	3	100%
	Nunca	0	0,0%
	TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE rubro hospedaje, año 2019.
Elaboración propia

Ha considerado una base de sus datos de sus clientes, con el objetivo de lograr fidelizarlos en un mediano plazo

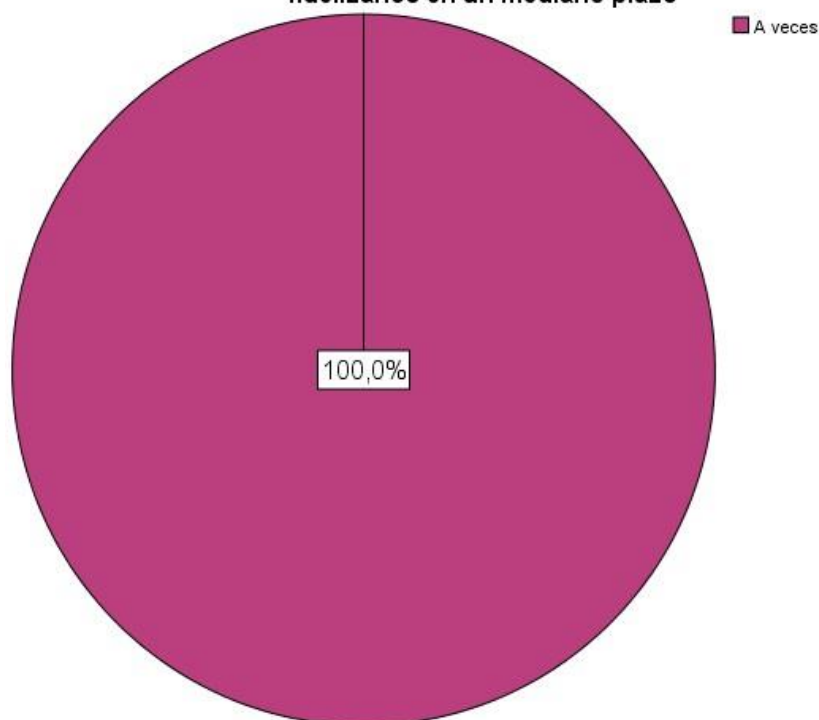


Figura 14: *Ha considerado una base de sus datos de sus clientes, con el objetivo de lograr fidelizarlos en un mediano plazo*

Interpretación:

El 100% de los propietarios ha manifestado que a veces considera realizar una base de datos de sus clientes con la finalidad de fidelizarlos en un mediano plazo.

Tabla 18:

Ha considerado un seguimiento a la información relacionada con la percepción y satisfacción respecto al cumplimiento del servicio que brinda

	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Siempre	0	0,0%
	A veces	3	100%
	Nunca	0	0,0%
	TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE rubro hospedaje, año 2019.
Elaboración propia

Ha considerado un seguimiento a la información relacionada con la percepción y satisfacción respecto al cumplimiento del servicio que brinda

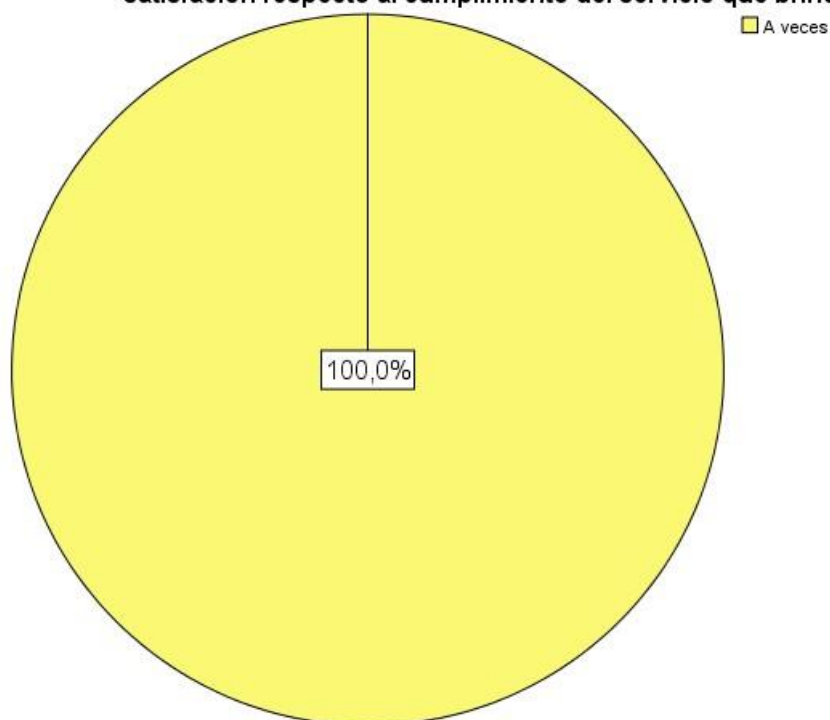


Figura 15: *Ha considerado un seguimiento a la información relacionada con la percepción y satisfacción respecto al cumplimiento del servicio que brinda*

Interpretación:

El 100% de los propietarios manifiesta que a veces consideran realizar un seguimiento a la información relacionada con la percepción y satisfacción de sus clientes.

Tabla 19:
Edad del cliente

	Frecuencia	Porcentaje
18	8	2,1 %
19	12	3,1 %
20	14	3,6 %
21	5	1,3 %
22	9	2,3 %
23	3	0,8 %
24	4	1,0 %
25	8	2,1 %
26	4	1,0 %
27	12	3,1 %
28	12	3,1 %
29	17	4,4 %
30	16	4,2 %
31	5	1,3 %
32	13	3,4 %
33	8	2,1 %
Válidos 34	6	1,6 %
35	15	3,9 %
36	8	2,1 %
37	5	1,3 %
38	18	4,7 %
39	31	8,1 %
40	9	2,3 %
41	4	1,0 %
42	11	2,9 %
43	6	1,6 %
44	11	2,9 %
45	9	2,3 %
46	9	2,3 %
47	12	3,1 %
48	6	1,6 %
49	19	4,9 %
50	4	1,0 %

	Frecuencia	Porcentaje
51	2	0,5 %
52	3	0,8 %
55	4	1,0 %
56	3	0,8 %
57	1	0,3 %
58	1	0,3 %
Válidos		
59	5	1,3 %
60	9	2,3 %
61	3	0,8 %
62	3	0,8 %
63	1	0,3 %
65	3	0,8 %
66	1	0,3 %
68	1	0,3 %
70	3	0,8 %
71	3	0,8 %
72	2	0,5 %
75	1	0,3 %
76	1	0,3 %
78	1	0,3 %
Total	384	100,0 %

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro hospedaje, año 2019.
Elaboración propia

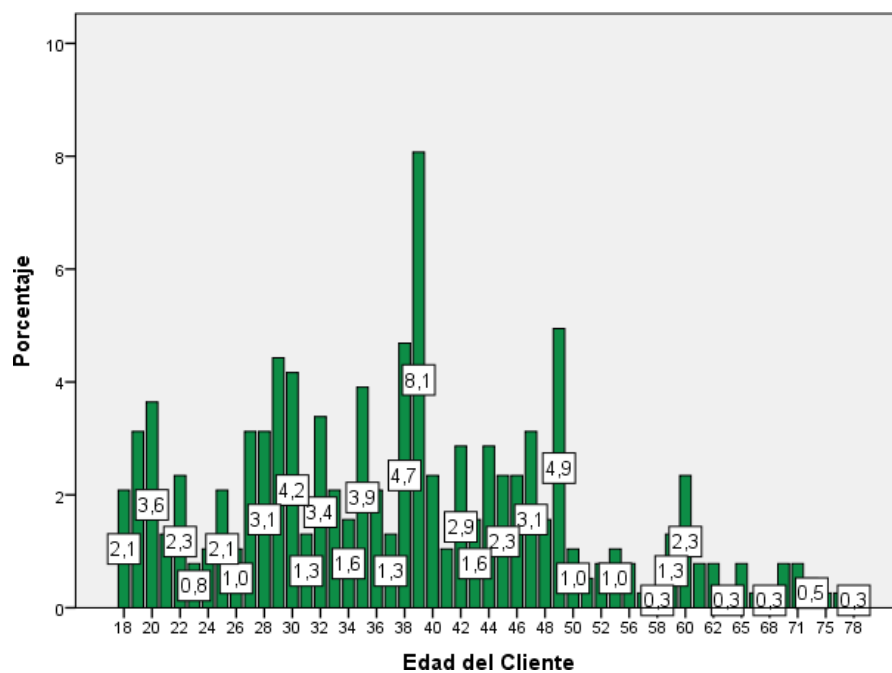


Figura 16: Edad del Cliente.

Interpretación:

Las edades más frecuentes presentadas en los clientes encuestados de Hospedajes en la provincia de Ayabaca son 38 y 49 años con el 8.1 y 4.9 % de los casos, mientras que las edades menos frecuentes son 76 y 51 años con el 0.3 y 0.5 % de los casos.

Tabla 20:

Género del Cliente.

	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Femenino	174	45.3%
	Masculino	210	54.7%
	TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro hospedaje, año 2019.
Elaboración propia

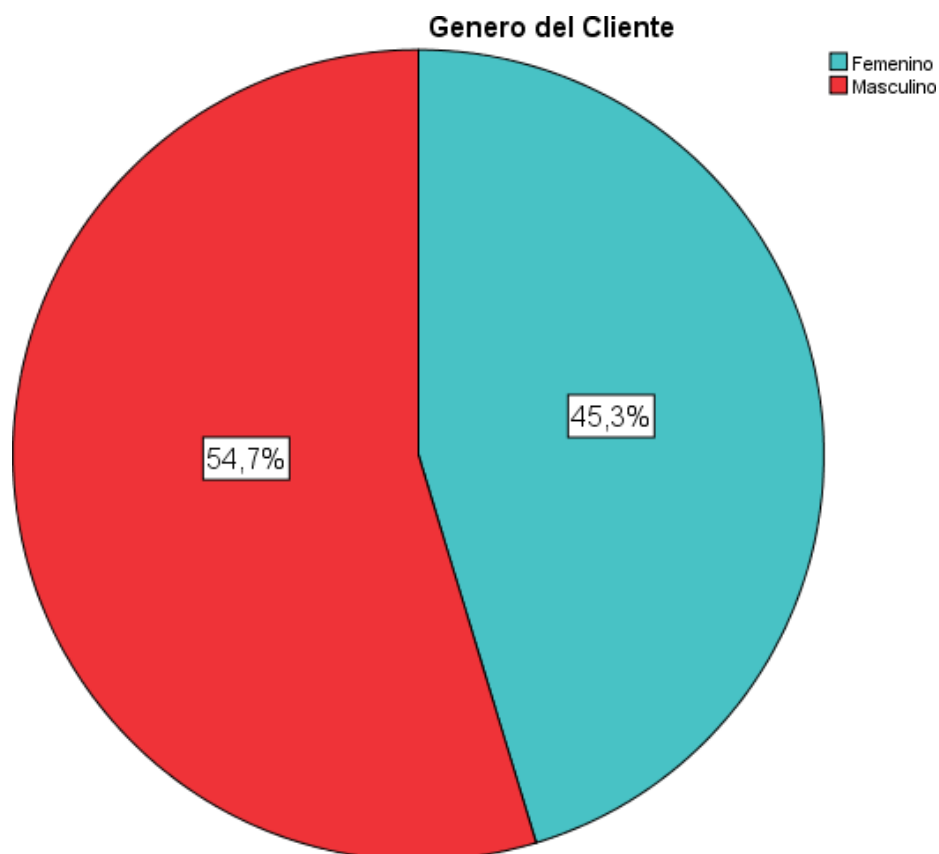


Figura 17: Género del Cliente.

Interpretación: El 54.7 % de los clientes encuestados en hospedajes de la Provincia de Ayabaca son del género masculino, mientras que el 45.3 % de estos son del género femenino.

Tabla 21:

Nivel de Estudios del Cliente

	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Primaria	17	4.4%
	Secundaria	66	17.2%
	Superior	301	78.4 %
	TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro hospedaje, año 2019.
Elaboración propia

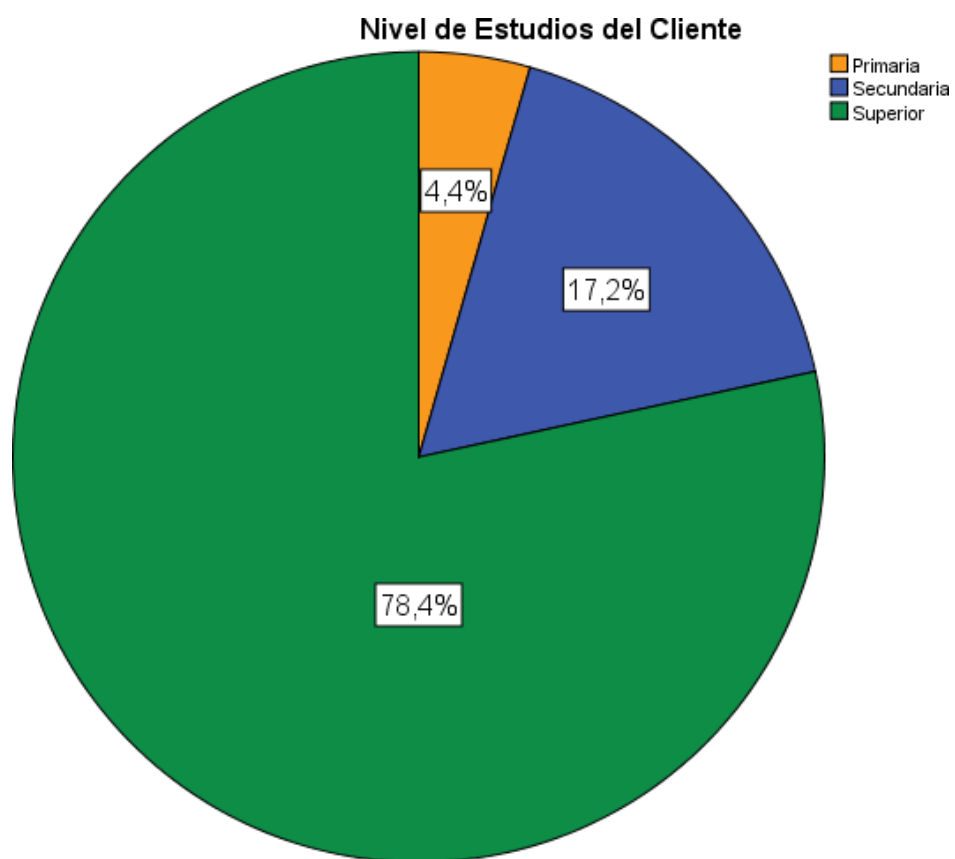


Figura 18: Nivel de Estudios del Cliente.

Interpretación:

El 78.4 % de los clientes encuestados de hoteles de la provincia de Ayabaca tienen un nivel de estudios superior, el 17.2 % un nivel de estudios secundario y el 4.4 % un nivel de estudios primario.

Tabla 22: Lugar de procedencia del cliente

	Frecuencia	Porcentaje
Ayabaca	45	11,7 %
Ayacucho	1	0,3 %
Canchaque	6	1,6 %
Catacaos	17	4,4 %
Chiclayo	10	2,6 %
Chimbote	2	0,5 %
Chulucanas	15	3,9 %
El Alto	1	0,3 %
Huancabamba	3	0,8 %
Jilili	8	2,1 %
La Arena	3	0,8 %
La Matanza	4	1,0 %
La Unión	8	2,1 %
Lagunas	9	2,3 %
Las Lomas	6	1,6 %
Lima	16	4,2 %
Válidos Marcavelica	1	0,3 %
Montero	36	9,4 %
Morropon	2	0,5 %
Oxaguay	2	0,5 %
Pacasmayo	1	0,3 %
Paimas	26	6,8 %
Paita	31	8,1 %
Piura	39	10,2 %
Querecotillo	2	0,5 %
Quito	9	2,3 %
Sapillica	3	0,8 %
Sechura	12	3,1 %
Sicchez	5	1,3 %
Sullana	30	7,8 %
Suyo	10	2,6 %
Talara	6	1,6 %
Tambogrande	11	2,9 %

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Trujillo	4	1,0 %
Total		384	100,0 %

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro hospedaje, año 2019.
Elaboración propia

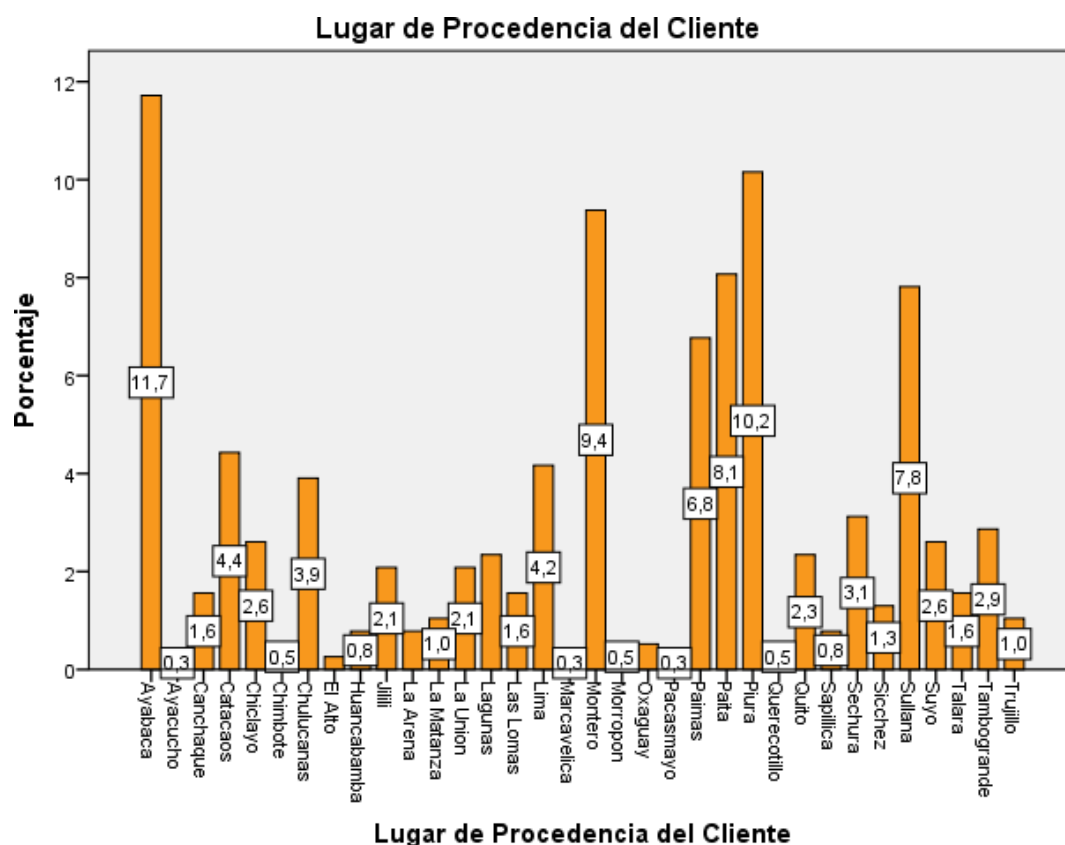


Figura 19: Lugar de Procedencia del Cliente.

Interpretación:

Los lugares de procedencia más frecuentes en los clientes encuestados son Piura y Montero con el 10.2 % y 9.4 % respectivamente, mientras que los lugares menos frecuentes son Marcavelica y Chimbote con el 0.3 % y 0.5 % respectivamente.

Tabla 23:

Información recibida por el personal respecto a los servicios ofrecidos.

	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Buena	157	40.9%
	Regular	226	58.9%
	Deficiente	1	0.3%
	TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro hospedaje, año 2019.
Elaboración propia



Figura 20: Información recibida por el personal respecto a los servicios ofrecidos.

Interpretación:

El 58.9 % de los clientes encuestados manifiesta que la información brindada por el personal del hospedaje visitado con respecto a los servicios del mismo es regular y solo el 0.3 % de los clientes manifiestan que la información previa es deficiente.

Tabla 24:

Capacidad de respuesta en los procedimientos que el personal sigue ante quejas y reclamos.

	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Buena	115	29.9%
	Regular	257	66.9%
	Deficiente	12	3.1%
	TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro hospedaje, año 2019.
Elaboración propia

Capacidad de respuesta en los procedimientos que el personal sigue ante quejas y reclamos.

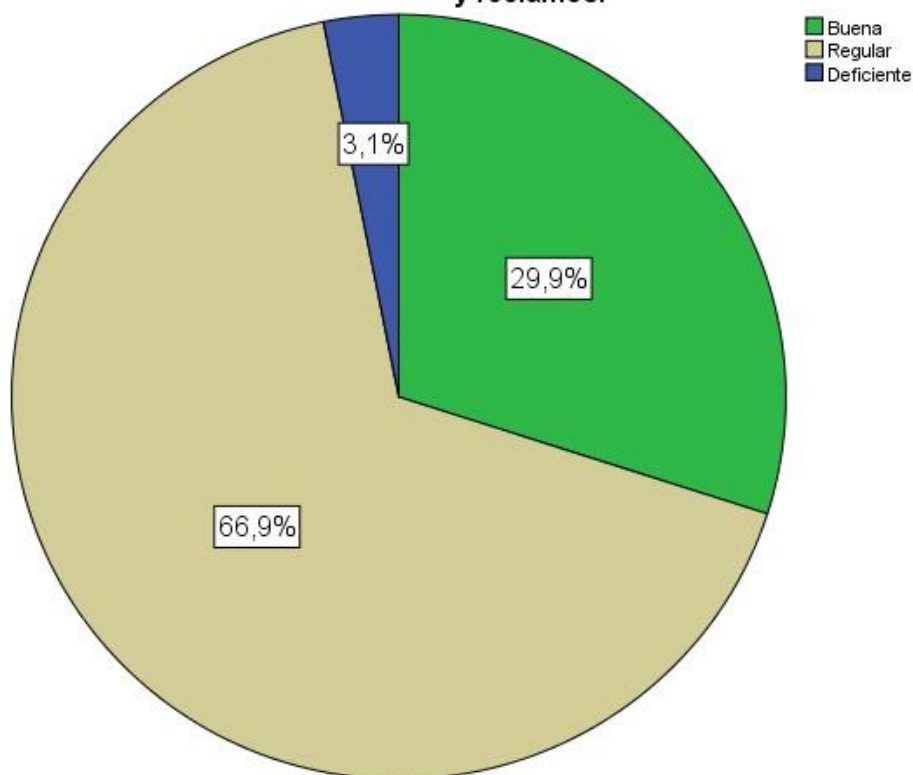


Figura 21: Capacidad de respuesta en los procedimientos que el personal sigue ante quejas y reclamos.

Interpretación:

El 66.9 % de los clientes encuestados manifiestan que la capacidad de respuesta en los procedimientos que sigue el personal ante quejas y reclamos es regular, mientras que el 3.1 % manifiesta que la capacidad de resolución del hospedaje es deficiente.

Tabla 25:

Valor de propuesta en el servicio del hospedaje.

	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Buena	126	32.8%
	Regular	241	62.8%
	Deficiente	17	4.4%
	TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro hospedaje, año 2019.
Elaboración propia

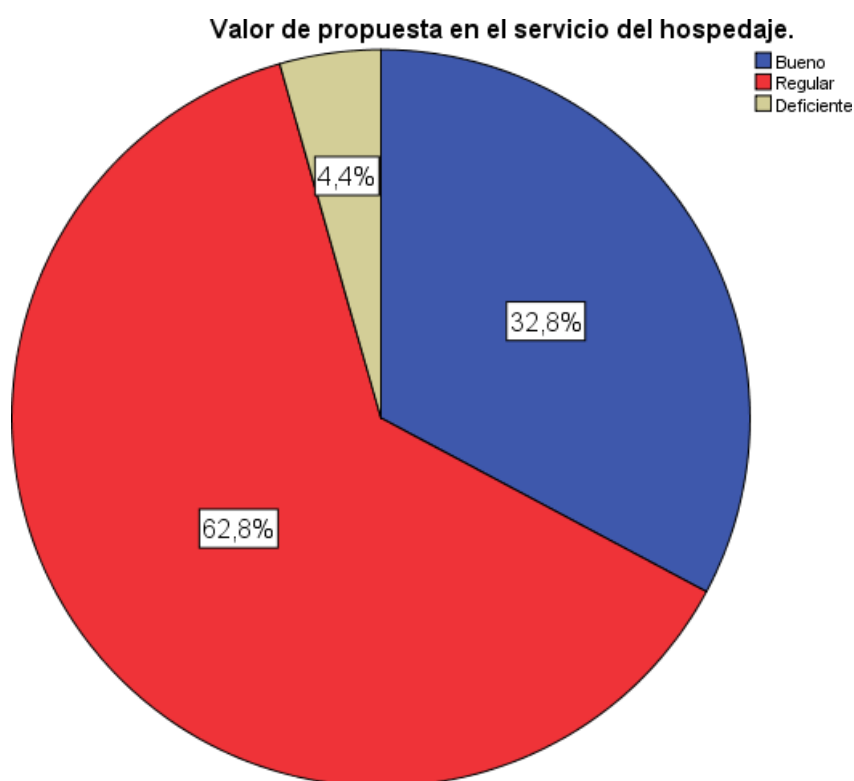


Figura 22: Valor de propuesta en el servicio del hospedaje.

Interpretación:

El 62.8 % de los clientes encuestados manifiestan que las propuestas en el servicio de hospedaje son regulares, mientras que el 4.4 % de los encuestados manifiestan que estas propuestas son deficientes.

Tabla 26:

Servicios complementarios de restaurant y transporte

	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Buena	104	27.1%
	Regular	217	56.5%
	Deficiente	63	16.45%
	TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro hospedaje, año 2019.
Elaboración propia

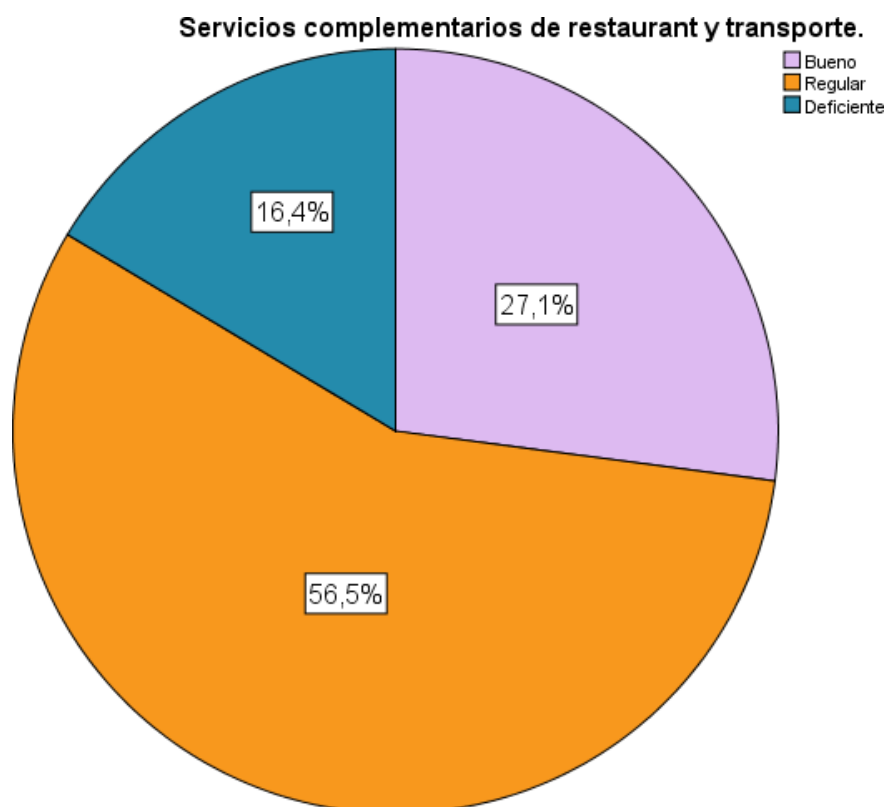


Figura 23: Servicios complementarios de restaurant y transporte.

Interpretación:

EL 56.5 % de los clientes encuestados manifiestan que los servicios complementarios de restaurant y transporte son regulares, mientras que solo el 16.4 % manifiesta que estos servicios son deficientes.

Tabla 27:

Capacidad de respuesta por parte del personal en la toma de decisiones ante adversidades.

	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Buena	117	30.5%
	Regular	212	55.2%
	Deficiente	55	14.3%
	TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro hospedaje, año 2019.
Elaboración propia

Capacidad de respuesta por parte del personal en la toma de decisiones ante adversidades.

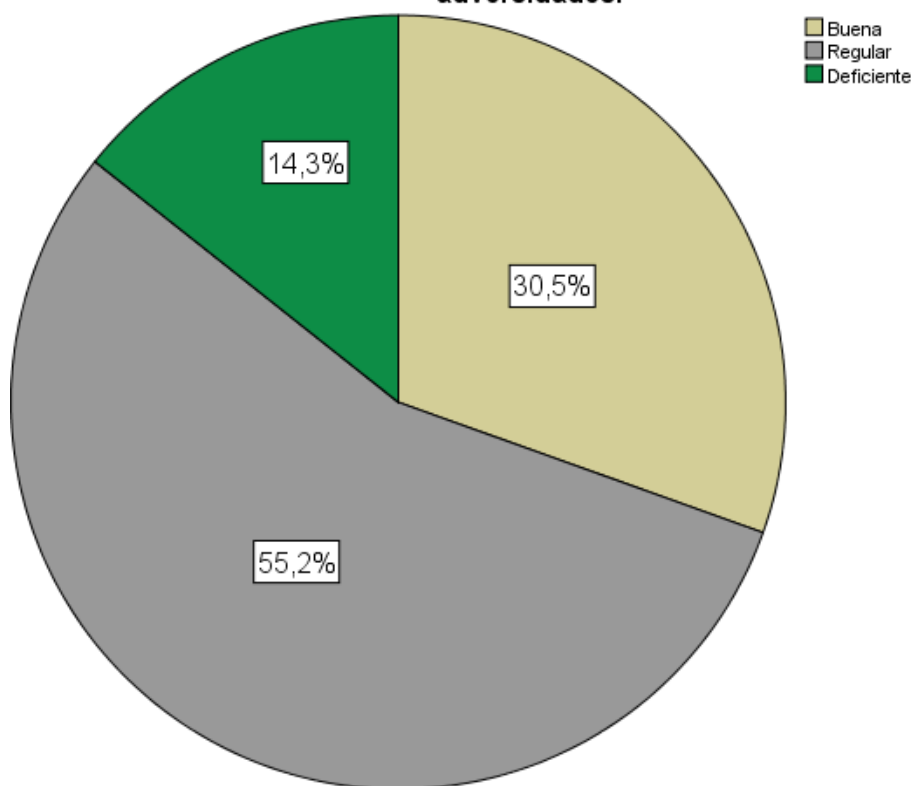


Figura 24: Capacidad de respuesta por parte del personal en la toma de decisiones ante adversidades.

Interpretación:

El 55.2 % de los clientes encuestados manifiesta que la capacidad en el personal del hospedaje para responder en la toma de decisiones ante las adversidades es regular, mientras que el 14.3 % manifiesta que la capacidad en el personal es deficiente.

Tabla 28:

Nivel de pulcritud y seguridad del hospedaje.

	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Buena	83	21.6%
	Regular	269	70.1%
	Deficiente	32	8.3%
	TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro hospedaje, año 2019.
Elaboración propia

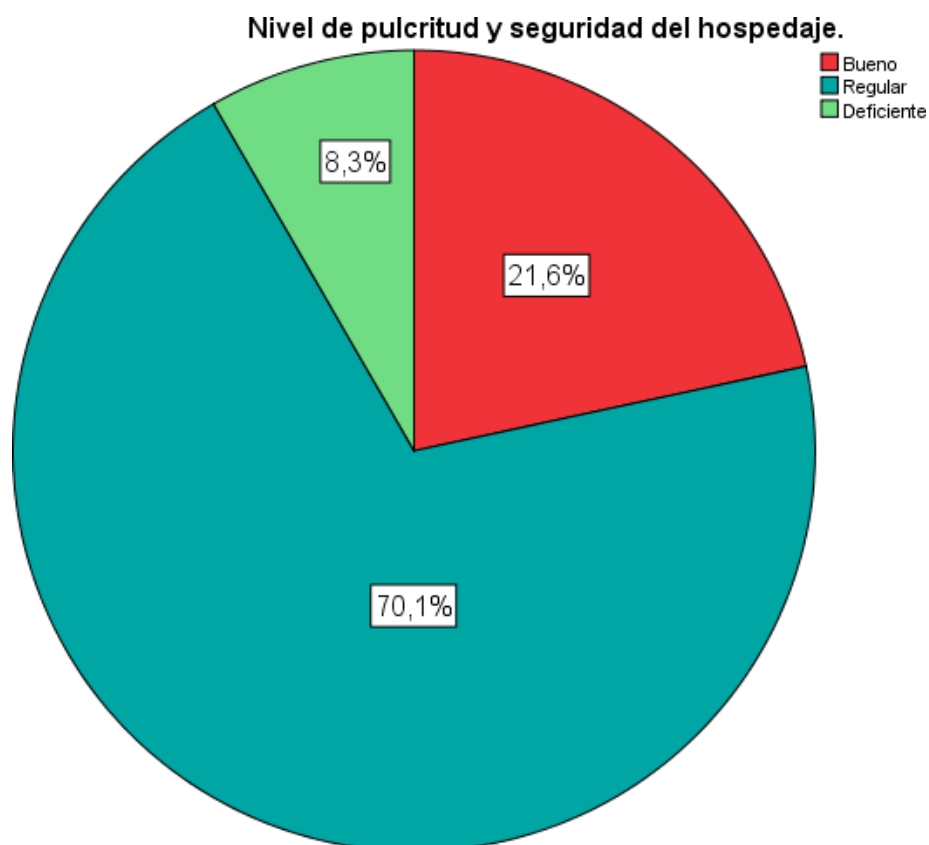


Figura 25: Nivel de pulcritud y seguridad del hospedaje.

Interpretación:

El 70.1 % de los clientes encuestados manifiesta que el nivel de pulcritud y seguridad brindado por el hospedaje es regular, mientras que el 8.3 % manifiesta que la pulcritud y seguridad del hospedaje es deficiente.

Tabla 29:

Políticas de atención por parte del personal.

	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Buena	70	18.2%
	Regular	266	69.3%
	Deficiente	48	12.5%
	TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro hospedaje, año 2019.
Elaboración propia

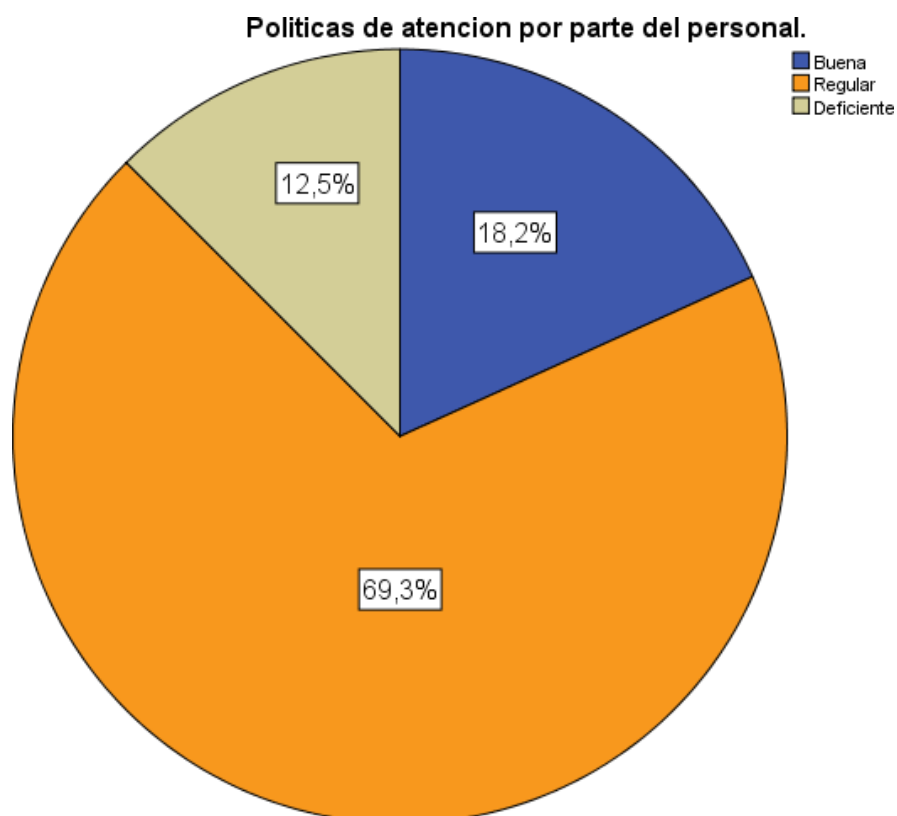


Figura 26: Políticas de atención por parte del personal.

Interpretación:

El 69.3 % de los clientes encuetados manifiestan que las políticas de atención por parte del personal del hospedaje son regulares mientras el 12.5 % manifiesta que estas políticas son deficientes.

Tabla 30:

Competencia del personal del hospedaje en funciones asignadas.

	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Buena	67	17.4%
	Regular	249	64.8%
	Deficiente	68	17.7%
	TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro hospedaje, año 2019.
Elaboración propia

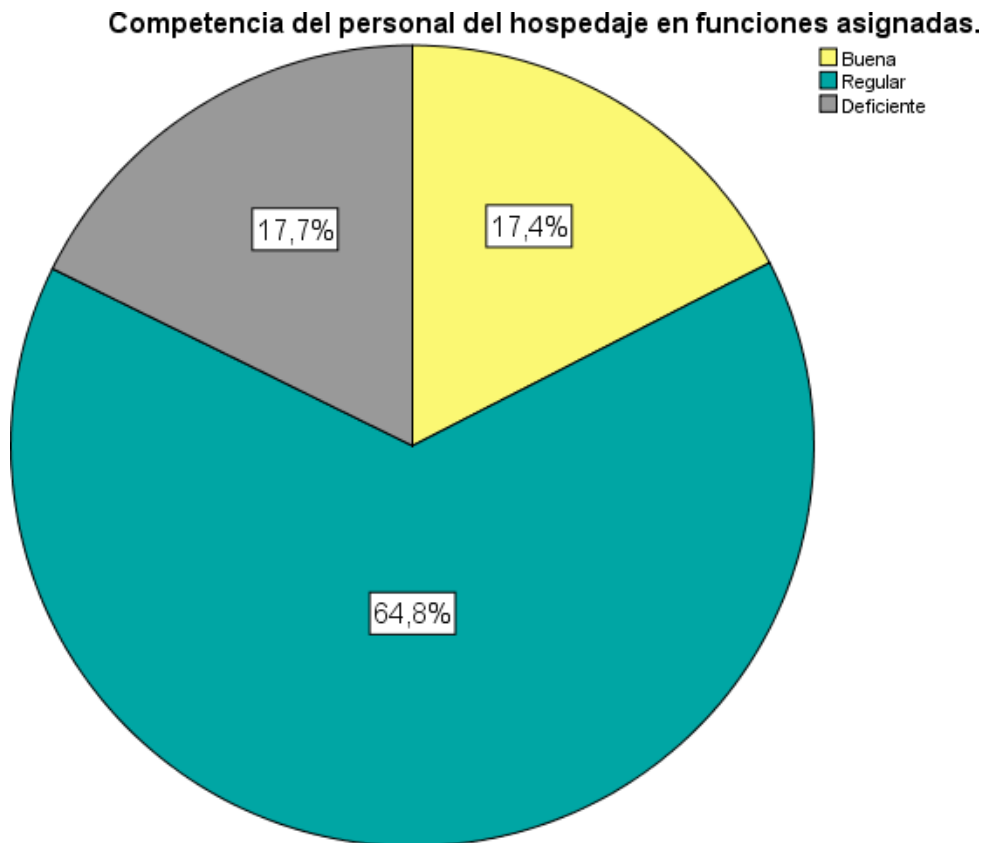


Figura 27: Competencia del personal del hospedaje en funciones asignadas.

Interpretación:

El 64.8 % de los clientes encuestados manifiesta que el personal del hospedaje visitado en sus funciones asignadas es regularmente competente, mientras que 17.7 % manifiesta que el personal del hospedaje es deficientemente competente en sus funciones asignadas.

Tabla 31:

Nivel de escucha por parte del personal ante problemas en el hospedaje.

	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Buena	49	12.8%
	Regular	220	57.3%
	Deficiente	115	29.9%
	TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro hospedaje, año 2019.
Elaboración propia

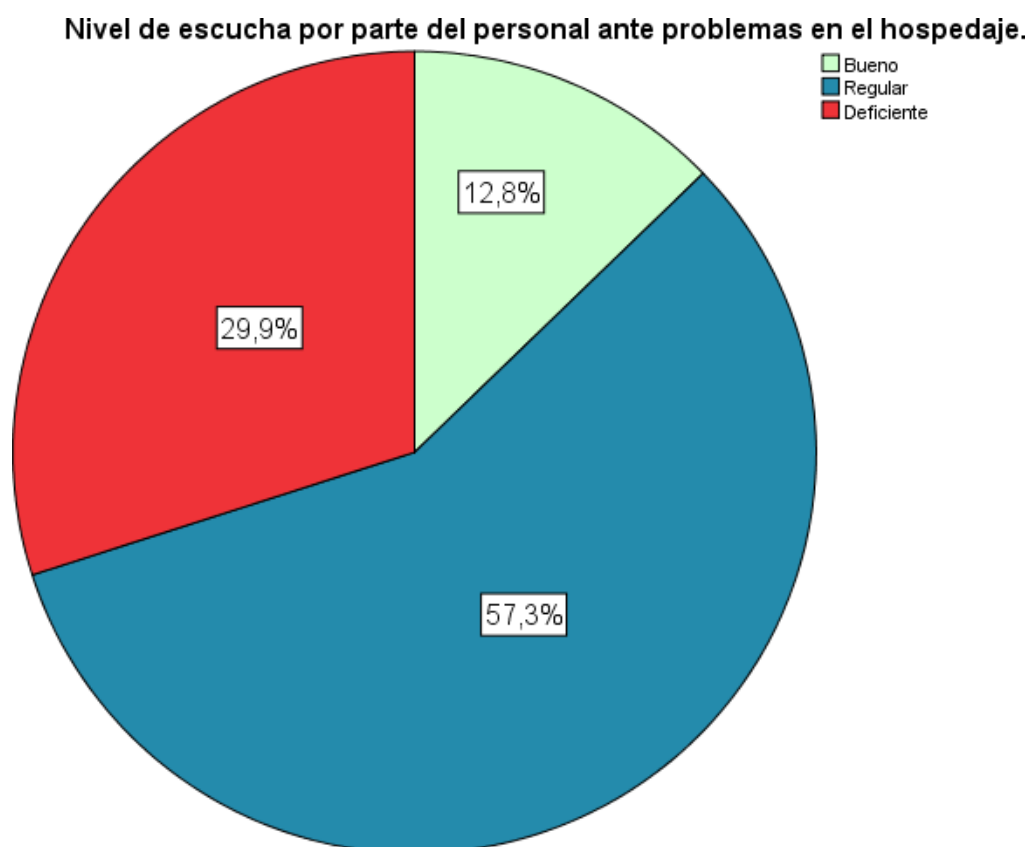


Figura 28: Nivel de escucha por parte del personal ante problemas en el hospedaje.

Interpretación:

El 57.3 % de los clientes encuestados manifiesta que el nivel de escucha en personal del hospedaje ante problemas presentados es regular, mientras que el 29.9 % manifiesta que el nivel de escucha en el personal es deficiente.

Tabla 32:

Alternativas de solución por parte del personal ante problemas.

	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Buena	36	9.4%
	Regular	188	49.05%
	Deficiente	160	41.75%
	TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro hospedaje, año 2019.
Elaboración propia

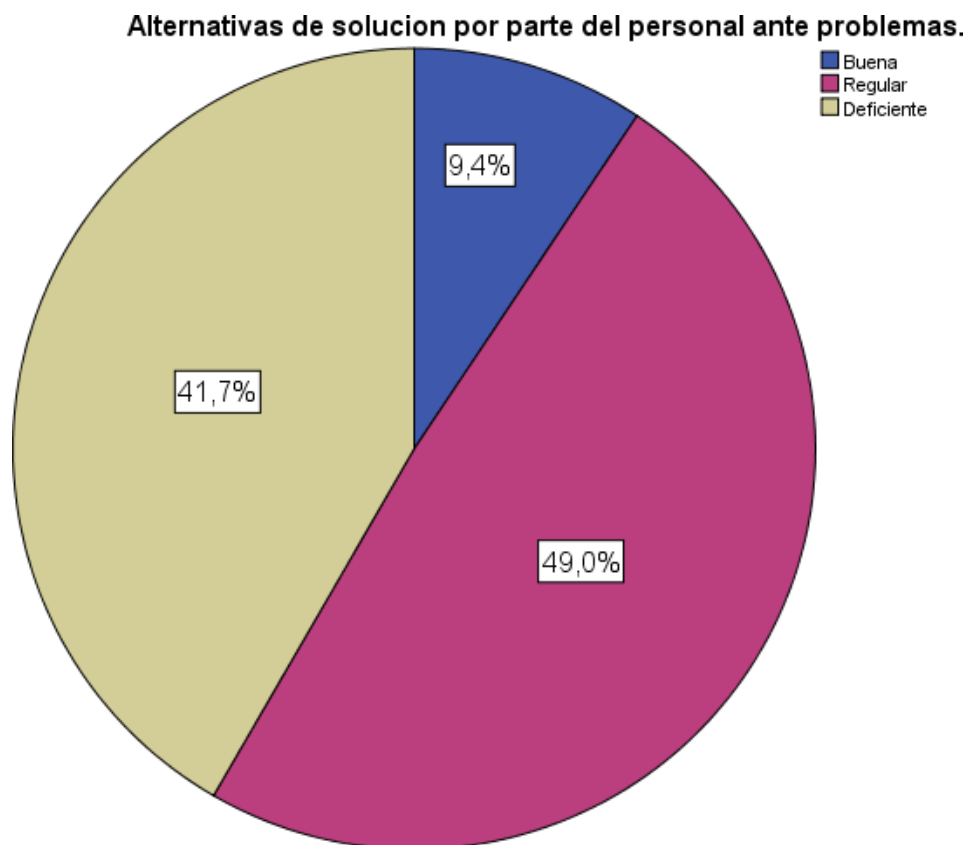


Figura 29: Alternativas de solución por parte del personal ante problemas.

Interpretación:

El 49.0 % de los clientes encuestados manifiesta que las alternativas de solución por parte del personal ante problemas presentados son regulares, mientras que solo el 9.4 % manifiesta que estas alternativas de solución son buenas.

Tabla 33:

Superación de los atributos del hospedaje ante sus expectativas.

	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Buena	30	7.8%
	Regular	310	80.7%
	Deficiente	44	11.5%
	TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro hospedaje, año 2019.
Elaboración propia

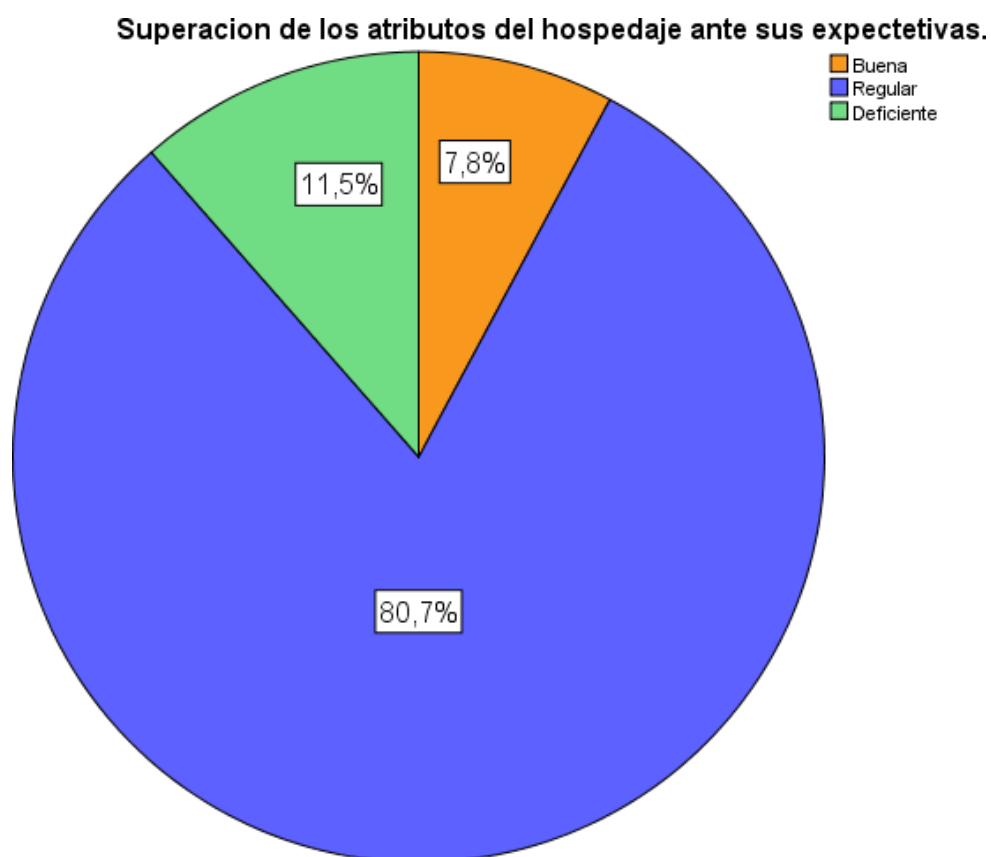


Figura 30: Superación de los atributos del hospedaje ante sus expectativas

Interpretación:

El 80.7 % de los encuestados manifiesta que la superación de los atributos del hospedaje ante sus expectativas es regular, mientras que solo el 7.8 % manifiesta que los atributos de alguna manera cumplen con sus expectativas del hotel.

Tabla 34:

Condiciones óptimas para recomendar el hospedaje.

	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válidos	Buena	18	4.7%
	Regular	296	77.1%
	Deficiente	70	18.2%
	TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro hospedaje, año 2019.
Elaboración propia

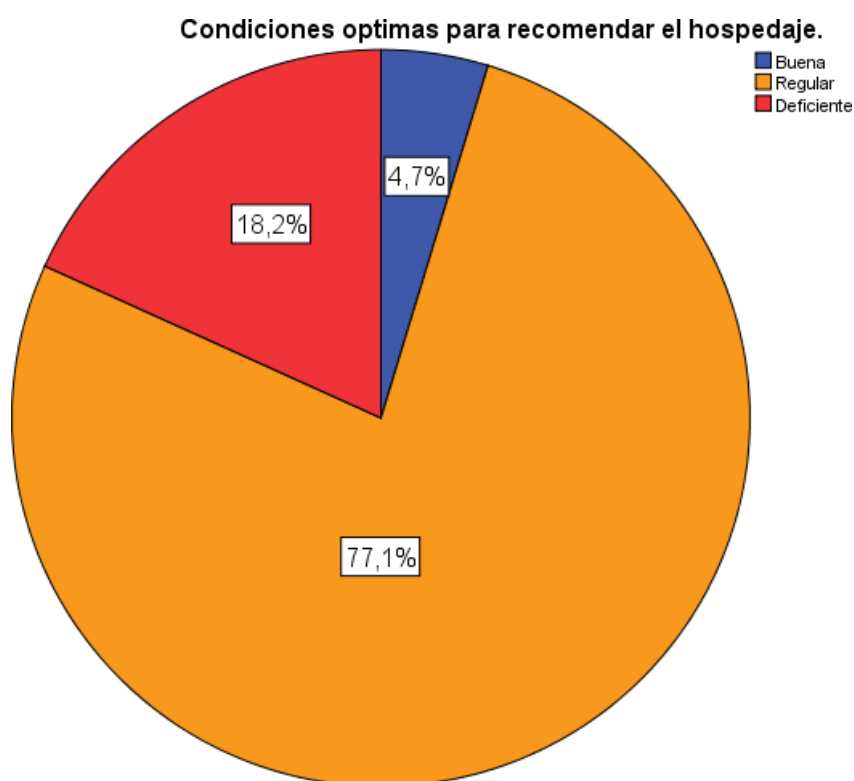


Figura 31: Condiciones óptimas para recomendar el hospedaje.

Interpretación:

El 77.1 % de los clientes encuestados manifiesta que las condiciones del hospedaje para ser recomendado a nuevos usuarios son regulares, mientras que solo el 4.7 % manifiesta que estas condiciones son buenas para recomendar el hospedaje visitado.

5.2. Análisis de resultados

Con respecto a los datos demográficos de los propietarios; se observa en la tabla 4 que las edades más frecuentes presentadas en los propietarios de Hospedajes en la provincia de Ayabaca son de 70, 75, y 83 años respectivamente con un 33.3% de los casos; por consiguiente en cuanto al género de los propietarios se evidencia en la tabla 5 el 66.7% de los propietarios encuestados de los hospedajes de la Provincia de Ayabaca son del género masculino, mientras que el 33.3 % de estos son del género femenino. Respecto al nivel de estudios del propietario se verifica en la tabla 6 que el 66.7 % de los propietarios encuestados de los hoteles de la provincia de Ayabaca tienen un nivel de estudios Primarios y el 33.3 % un nivel de estudios Secundarios. Así Moncayo (2017) en su investigación señala que “Los hoteles tomados en consideración son negocios creados de forma empírica y sus administradores tienen poco conocimiento acerca de las buenas prácticas de turismo dentro de estos establecimientos en todos los procesos y operaciones”

Atendiendo al objetivo específico N°1: “determinar el sistema de abastecimiento de calidad de las MYPE rubro hospedaje en la provincia de Ayabaca año 2019; se observa en la tabla 7 que los propietarios manifiestan en un 100% que siempre es indispensable revisar el estado en que reciben los materiales y suministros que entregan sus proveedores; así mismo en la tabla 8 los propietarios manifiestan en 100% que sus proveedores a veces cumplen con los requisitos y tiempos solicitados por sus pedidos. Estos resultados coinciden con la investigación de Cornejo, Hidalgo, Lazo, y Yáñez (2015) quienes en su estudio concluyeron que “concluyendo que se tiene una mayor relación con proveedores a largo plazo, teniendo un plan de evaluaciones constantes. Con respecto al factor Círculos de Calidad las empresas del Sector Hoteles en el Perú que cuentan con un Sistema de Gestión de la Calidad se encuentran capacitadas para realizar círculos de calidad, además la mayoría de empleados realizan actividades de círculos de calidad y utilizan las

herramientas adecuadas para tal fin”. González y Arciniegas (2018) “impulsó el concepto de aseguramiento de la calidad que se fundamenta en que el proceso de manufactura requiere de servicios de soporte de calidad, por lo que se debe hacer esfuerzos coordinados entre las diferentes áreas de la empresa, es decir, de producción y diseño del producto, ingeniería del proceso, compras o abastecimientos, etc.”

En la tabla 9 los propietarios manifiestan en 100% que sus proveedores a veces cumplen con los requisitos y tiempos solicitados por sus pedidos; por otra parte, en la tabla 10 los propietarios manifiestan en 100% que los recursos y materiales con los que cuentan siempre están en buen estado. Estos resultados coinciden con la investigación de Troncos (2018) quien concluye “que el hotel Gran Palma de Piura cumple con 19 de 23 requisitos, es decir presenta un cumplimiento de 82.61%, lo que significa que se encuentra en el rango promedio que exige el MINCETUR a través del Manual de Buenas Prácticas. Las sub dimensiones mejor evaluadas son Marketing, ventas y logística. González & Arciniegas (2018) define la cadena de abastecimiento como un sistema que integra los factores principales en la producción y suministro de un bien o servicio: el proveedor de los insumos, las materias primas y materiales, convirtiéndolas en producto terminado o servicio y la etapa de distribución y venta que involucra, el cliente, usuario o consumidor que se beneficia del producto o servicio.

En la tabla 11 se observa que el 100 % de los propietarios encuestados manifiesta que siempre es importante verificar la conformidad en el orden de compra y el documento sustentatorio del proveedor; así mismo en la tabla 12 se observa que el 66.7 % de los propietarios encuestados manifiesta que los recursos principales que requiere el hospedaje siempre están detallados al gusto y preferencia del cliente, mientras que el 33.3 % manifiesta que los recursos a veces se requieren al gusto y preferencia del cliente. Así Moncayo (2017) en su investigación demuestra que “la demanda de los establecimientos

dentro de los últimos años ha experimentado un continuo crecimiento, con los cual la propuesta de una manual de buenas prácticas servirá para mejorar los servicios y procedimientos brindados”. El termino proveedor se utilizaba para referirse a la organización misma y a este se le denominaba subcontratista. En la revisión que parece más acertada, se refiere a los entes que suministran usualmente materiales, materias primas y suministros en general, los cuales constituyen las entradas al proceso (ICONTEC,1994).

Atendiendo al objetivo específico N°2: “conocer las principales características de gestión de calidad en las MYPE rubro hospedajes en la provincia de Ayabaca año2019” en la tabla 13 los propietarios manifiestan en 100% que las áreas con las que dispone el hospedaje a veces se apoyan entre sí para lograr el objetivo. Así mismo en la tabla 14 los propietarios manifiestan que en un 100% a veces el proceso de comunicación empleado por su personal es eficaz y eficiente. Estos resultados difieren de la investigación de Joubert (2015) quien en sus aportes demuestra que “las empresas hoteleras no tienen un conocimiento certero de los SGC e inclusive no poseen las bases suficientes como para poder iniciar un proceso de implementación, ya que están orientados principalmente a resolver situaciones del momento y a adaptarse a lo que el entorno les va solicitando. Así mismo un amplio desconocimiento acerca de los beneficios que ofrece su implementación y certificación, constituye el motivo principal para no implementar un SGC”.ISO 9000 (2015) “La misión y el objetivo principal de cualquier organización tiene como base la satisfacción de las necesidades de las partes interesadas. Aun en organizaciones sin ánimo de lucro, como podrá ser el caso de un ente estatal o social, no tendría sentido su existencia sino hubiese una necesidad por satisfacer a un cliente o receptor del producto.

Con respecto al mejoramiento continuo, en la tabla 15 los propietarios manifiestan en un 100 % que a veces consideran realizar un estudio de mercado para analizar las necesidades del cliente; sin embargo en la tabla 16 los 66.7% de los propietarios manifiesta

que a veces ha planificado e implementado procesos de seguimientos para demostrar la conformidad y calidad del servicio, mientras un 33.3% de los propietarios manifiesta que lo hace siempre; estos resultados coinciden con la investigación de Balladares (2018) quien en su investigación demostró “que los gerentes de los hospedajes aplican un liderazgo eficaz, y están totalmente de acuerdo que el personal de recepción brinda toda la información para realizar la reservación, además que los clientes en promedio consideran que el personal se adecuada a las exigencias del cliente y hay un seguimiento de procesos para demostrar la conformidad y calidad del servicio. Gonzáles & Arciniegas (2018) “El sistema de gestión de calidad puede ser considerado como la manera o estrategia en que una organización desarrolla la gestión empresarial en todo lo relacionado con la calidad de sus productos y, servicios y los procesos para producirlos. Consta de la estructura organizacional, la documentación del sistema, los procesos y los recursos necesarios para alcanzar los objetivos de calidad, cumpliendo con los requisitos del cliente”

Tomando en cuenta las decisiones en base a datos y hechos, en la tabla 17 el 100% de los propietarios ha manifestado que a veces considera realizar una base de datos de sus clientes con la finalidad de fidelizarlos en un mediano plazo; estos resultados son respaldados por Reátegui (2019) quien en sus estudios demostró que “la fiabilidad del sistema de información hotelera demostró que este dará muchos buenos resultados en la sintetización y optimización de tiempo en la atención al cliente, como el incremento de la productividad y rentabilidad de la empresa, puesto que los clientes en su mayoría consideran buena opción de mejora”. Por consiguiente, en la tabla 18 el 100% de los propietarios manifiesta que a veces consideran realizar un seguimiento a la información relacionada con la percepción y satisfacción de sus clientes. Resultados avalados por Ballón (2016) quien en su investigación demostró que “la variable de empatía fue la que mayor influencia tuvo 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 finalmente elementos tangibles.

Con respecto a la encuesta aplicada a los clientes de las MYPE rubro hospedajes de la provincia de Ayabaca, se presentan los siguientes datos demográficos: en la tabla 19 Las edades más frecuentes presentadas en los clientes encuestados de Hospedajes en la provincia de Ayabaca son 38 y 49 años con el 8.1 y 4.9 % de los casos, mientras que las edades menos frecuentes son 76 y 51 años con el 0.3 y 0.5 % de los casos. Atendiendo al género se observa en la tabla 20 que el 54.7 % de los clientes encuestados en hospedajes de la Provincia de Ayabaca son del género masculino, mientras que el 45.3 % de estos son del género femenino. En la tabla 22 se observa que los lugares de procedencia más frecuentes en los clientes encuestados son Piura y Montero con el 10.2 % y 9.4 % respectivamente, mientras que los lugares menos frecuentes son Marcavelica y Chimbote con el 0.3 % y 0.5 % respectivamente. Finalmente, en la tabla 21 El 78.4 % de los clientes encuestados de hoteles de la provincia de Ayabaca tienen un nivel de estudios superior, el 17.2 % un nivel de estudios secundario y el 4.4 % un nivel de estudios primario. Gonzáles & Arciniegas (2018) “Uno de los grandes aportes de la ingeniería a las ciencias sociales es precisamente la aplicación de las matemáticas- ciencia de la medición y evaluación- a la medición y cuantificación de variables cualitativas muy propias de estas ciencias, haciéndolas más científicas y predecibles en su comportamiento”.

Con respecto al objetivo específico N°3 “analizar la estructura de atención al cliente en las MYPE rubro hospedajes en la provincia de Ayabaca, año 2019”, se observa en la tabla 23 que el 58.9 % de los clientes encuestados manifiestan que la información brindada por el personal del hospedaje visitado con respecto a los servicios del mismo es regular y solo el 0.3 % de los clientes manifiestan que la información previa es deficiente. Por otra parte en la tabla 24 el 66.9 % de los clientes encuestados manifiestan que la

capacidad de respuesta en los procedimientos que sigue el personal ante quejas y reclamos es regular, mientras que el 3.1 % manifiesta que la capacidad de resolución del hospedaje es deficiente. Estos resultados difieren con la investigación de Avalo (2018) quien en su investigación demostró que “la satisfacción al cliente los Hospedajes si se adaptan perfectamente a las necesidades de los usuarios, además que la percepción de la calidad si se relaciona con los elementos de seguridad, mostrando así un servicio con rapidez, empatía, y un precio aceptable que otros Hospedajes, y que sus reclamos por parte de los clientes si son atendidos inmediatamente cual hace que puedan satisfacer sus necesidades”.

Blanco (2016) La gestión de atención al cliente es, por tanto, el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas y, por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes.

Con respecto al indicador de diferenciación se observa en la tabla 25 que el 62.8 % de los clientes encuestados manifiestan que las propuestas en el servicio de hospedaje son regulares, mientras que el 4.4 % de los encuestados manifiestan que estas propuestas son deficientes. Por otra parte en la tabla 26 el 56.5 % de los clientes encuestados manifiestan que los servicios complementarios de restaurant y transporte son regulares, mientras que solo el 16.4 % manifiesta que estos servicios son deficientes. Estos resultados son respaldados por Miranda (2018) quien en su investigación indicó que “La calidad de servicio desde la perspectiva del huésped en el Scorpio, Trujillo 2018 un 61% lo califico sin calidad, y solo un 39% lo califico con calidad. Las dimensiones que más influyeron en este resultado fueron la capacidad de respuesta que califico con un 80% sin calidad, otra dimensión que contribuyó fueron los aspectos tangibles con un 61% de insatisfacción”. Blanco (2016) “Las necesidades de los clientes se manifiestan en el mercado en forma de demandas. Conocer sus orígenes y componentes es fundamental para poder dar a los

clientes una atención eficiente. El personal en contacto con el público debe estar capacitado para identificar las necesidades de los clientes y poder ofrecerles aquellos productos que realmente satisfagan sus necesidades.”

Teniendo en consideración el indicador de flexibilidad se observa en la tabla 27 que el 55.2 % de los clientes encuestados manifiesta que la capacidad en el personal del hospedaje para responder en la toma de decisiones ante las adversidades es regular, mientras que el 14.3 % manifiesta que la capacidad en el personal es deficiente. Estos resultados coinciden con la investigación de Carranza (2018) quien demostró que “Con respecto a las causas de insatisfacción del cliente mayoría de los clientes de los micros y pequeñas empresas del sector servicio rubro hoteles menciona que el servicio que brinda no es profesional y por último menciona que no brinda un servicio agradable” Así mismo en la tabla 28 el 70.1 % de los clientes encuestados manifiesta que el nivel de pulcritud y seguridad brindado por el hospedaje es regular, mientras que el 8.3 % manifiesta que la pulcritud y seguridad del hospedaje es deficiente. resultados que discrepan con los obtenidos por García (2017) quien demostró en su investigación que el “servicio del área de housekeeping es bueno, principalmente, la decoración, limpieza e higiene de la habitación, orden y organización de la misma, calidad de los amenities, la tecnología de los equipos, condiciones de infraestructura y estado de los muebles, del hotel, en relación a las características del servicio del área de housekeeping, hay una percepción positiva en la mayoría de los aspectos de esta variable”. Blanco (2016) los clientes acuden a un establecimiento con unas expectativas determinadas sobre el producto que desean adquirir y el trato que van a recibir. Es decir, tienen una imagen previa de aquello que podrían esperar encontrar en el mercado a cambio de su dinero.

Atendiendo al objetivo específico N°4: “identificar el nivel de satisfacción de los clientes de las MYPE rubro hospedajes en la provincia de Ayabaca año 2019”, se observa

en la tabla 29 que el 69.3 % de los clientes encuestados manifiestan que las políticas de atención por parte del personal del hospedaje son regulares mientras el 12.5 % manifiesta que estas políticas son deficientes. Por consiguiente, en la tabla 30 que el 64.8 % de los clientes encuestados manifiesta que el personal del hospedaje visitado en sus funciones asignadas es regularmente competente, mientras que 17.7 % manifiesta que el personal del hospedaje es deficientemente competente en sus funciones asignadas. Resultados respaldados por Barrientos (2017) quien en su investigación demostró que “que se ha Mejorado la Calidad de Atención por el impacto positivo en el huésped y los cambios en el servicio. Esencialmente se destacaría el incremento de sus conocimientos con los cuales se obtendría un desempeño responsable que los apoya a la superación laboral. “Blanco (2016) Cuando la atención que un cliente percibe haber recibido es igual o superior a la atención que realmente esperaba recibir, se muestra satisfecho con la compra realizada. Un conocimiento sistemático de las necesidades y expectativas de los clientes, sus experiencias pasadas en la compra de productos igual o similares y la influencia de la comunicación comercial ayudara a ofrecer una atención al cliente que logre su completa satisfacción.

Con respecto al indicador sobre orientación hacia la solución de problemas se observa en la tabla 31 que el 57.3 % de los clientes encuestados manifiesta que el nivel de escucha en personal del hospedaje ante problemas presentados es regular, mientras que el 29.9 % manifiesta que el nivel de escucha en el personal es deficiente. Por consiguiente, en la tabla 32 el 49.0 % de los clientes encuestados manifiesta que las alternativas de solución por parte del personal ante problemas presentados son regulares, mientras que solo el 9.4 % manifiesta que estas alternativas de solución son buenas.

En torno al indicador sobre fidelización del cliente se observa en la tabla 33 el 80.7 % de los encuestados manifiesta que la superación de los atributos del hospedaje ante sus

expectativas es regular, mientras que solo el 7.8 % manifiesta que los atributos de alguna manera cumplen con sus expectativas del hotel. Así mismo en la tabla 34, el 77.1 % de los clientes encuestados manifiesta que las condiciones del hospedaje para ser recomendado a nuevos usuarios son regulares, mientras que solo el 4.7 % manifiesta que estas condiciones son buenas para recomendar el hospedaje visitado. Resultados respaldados por Miranda (2018) quien en su investigación demostró que “Respecto a la satisfacción del servicio de hospedaje, de la muestra se obtuvo un gran porcentaje de clientes no satisfechos, mientras que los clientes satisfechos estuvieron por encima de los clientes muy satisfechos. Las dimensiones que contribuyeron a muy satisfecho fueron empatía y fiabilidad esto es importante porque la empatía no depende del cliente sino del que lo atendió”. Según Blanco (2016) la calidad del servicio y la satisfacción del consumidor son dos conceptos diferentes, pero íntimamente relacionados. Si una mayor calidad del servicio incrementa la satisfacción del cliente, y si aceptamos que el objetivo último de la atención al cliente es desarrollar, mantener e incrementar la satisfacción de este podemos pensar que aquella debe ser encuadrada dentro de los parámetros de la gestión de calidad de una empresa.

VI. CONCLUSIONES

Teniendo en consideración el objetivo específico N°1, se determinó que el sistema de abastecimiento de calidad de las MYPE es óptimo por lo que hay una correcta inspección del estado de los materiales e insumos adquiridos a los proveedores; así mismo se cuenta con proveedores que responden a las especificaciones de calidad que demanda el hospedaje y que de la mano de un correcto control permite a la organización brindar un servicio orientado a la calidad.

Respondiendo al objetivo específico N°2 se conoció que el rubro hospedajes de Ayabaca aplica medianamente los principios de gestión de la calidad de enfoque sistémico, mejoramiento continuo y decisiones en base a datos y hechos; debido a que no hay un notable apoyo entre áreas, un escaso proceso de seguimiento de la información de conformidad respecto a la calidad del servicio en la organización.

Atendiendo al objetivo específico N°3 se analizó que la estructura de atención al cliente en las MYPE es regular ya que una mediana calificación por la información y capacidad de respuesta recibida por parte del personal frente a los reclamos y toma de decisiones ante adversidades, por consiguiente, existe un bajo nivel de pulcritud y seguridad en el hospedaje.

Respondiendo al objetivo específico N°4 se identificó que el nivel de satisfacción de los clientes de las MYPES del rubro hospedajes en la provincia de Ayabaca es regular debido a la existencia de personal que se encuentra medianamente capacitado para desempeñar las funciones asignadas; así mismo los atributos en general ofrecidos por el hospedaje es aceptable pero no supera del todo las expectativas esperadas por el cliente lo que conlleva a que la empresa no se encuentre en condiciones óptimas para ser recomendado en su totalidad.

REFERENCIAS

- Altamirano, E. M. (2017). *El financiamiento y su influencia en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del Perú: caso de la empresa comercial decoraciones Paraiso E.I.R.L. Chimbote, 2015*. CHIMBOTE – PERÚ: ULADECH.
- Altamirano, H. X. (2015). *Acerca de nosotros: Universidad Regional Autónoma de los Andes*. Obtenido de sitio web de Universidad Regional Autónoma de los Andes: <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/2657/1/TUAETH012-2014.pdf>
- Avalo , Y. (2018). *Acerca de nosotros: Universidad Católica los Ángeles Chhimbote*. Obtenido de sitio web de Universidad Católica los Ángeles Chhimbote: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11811/COMPETITIVIDAD_%20MYPES%20_AVALO_REGALADO_YAJAIRA_YADIRA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ayabaca, M. d. (2017). *Informe de historia, tradiciones y costumbres de la Provincia de Ayabaca*. Ayabaca: Municipalidad de Ayabaca.
- Balladares, F. (2018). *Acerca de nosotros: Universidad Católica Los Ángeles Chimbote*. Obtenido de sitio web de Universidad Católica Los Ángeles Chimbote: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3849/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_BALLADARES_PAREDES_FLORINDA%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ballón, S. (2016). *Acerca de nosotros: Universidad Esan*. Obtenido de sitio web de Universidad Esan: http://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/ESAN/588/2016_ADYFI_16-2_01_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Barrientos, C. M. (2017). *Acerca de nosotros: Universidad Norbert Wiener*. Obtenido de sitio web de Universidad Norbert Wiener: <http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/918/TITULO%20-%20Barrientos%20Sanchez%20Carmen%20Michell.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Berrú, C. E. (2019). *Caracterización de la capacitación y la atención al cliente de las mype, rubro restaurantes del distrito de Morropón, año 2016*. Piura : Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.
- Briceño, J. P. (2015). *Evaluación de la calidad del servicio del hotel “girasoles hotel” de la ciudad de Lima*. Lima.
- Calle, S. A. (2019). *Caracterización de la capacitación y atención al cliente de las MYPE rubro hoteles una estrella del Centro de Piura* . Piura: Universidad Católica los Angeles de Chimbote.
- Campos, M. d. (2015). *Análisis de la calidad del servicio de empresas turísticas y la satisfacción del cliente para diseñar una propuesta de mejora caso Canchaque Huancabamba, Piura-Perú* . Huancabamba.
- Carranza , X. S. (2018). *Acerca de nosotros: Universidad Católica los Ángeles Chimbote*. Obtenido de sitio web de Universidad Católica los Ángeles Chimbote: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4514/ATENCION%20AL%20CLIENTE%20_COMPETITIVIDAD_CARRANZA_GARCIA_XIOMARA_STIFANY.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chauca, A. S. (2016). *El financiamiento y su influencia en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del Perú, caso de la Empresa Navismar E.I.R.L. Chimbote, 2014*. CHIMBOTE – PERÚ: ULADECH.

- Chunga, M. E. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en las Mype rubro pollería del Distrito de Vice – Sechura año 2018*. Piura: Universidad Católica los Angeles de Chimbote.
- Consejo Mundial De Viajes y Turismo. (2018). *Acerca de nosotros: Diario la República*.
Obtenido de sitio web de Diario la República:
<https://larepublica.pe/economia/1216700-turismo-en-peru-genero-ingresos-por-mas-de-us-8-mil-millones/>
- Cornejo, E. W., Hidalgo, R. A., Lazo, K. G., & Yáñez, N. C. (2015). *Acerca de nosotros: Pontificia Universidad Católica del Perú*. Obtenido de sitio web de Pontificia Universidad Católica del Perú:
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/8842>
- Cueva , V. (2015). *Acerca de nosotros: Universidad de Piura*. Obtenido de sitio web de Universidad de Piura:
https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2274/ING_552.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 Piura – Perú*.
- Cueva, V. (2016). *Evaluación de la calidad percibida por los clientes del Hotel Los Portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones*.
- Cutipa, L. F. (2015). *Gestión de costos de servicios y rentabilidad de hotelería e inversiones latino s.a. hotel tierra mistica Qalasaya de la ciudad de Puno, periodos 2009- 2010*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano.
- Diario Andina. (2019). *Acerca de nosotros: Diario Andina*. Obtenido de sitio web de Diario Andina: <https://andina.pe/agencia/noticia-lima-2019-peru-liderara-ocupacion-hotelera-sudamerica-758287.aspx>

- Díaz. (2014). *Propuesta de un sistema de control interno para el área de ventas y su incidencia en su gestión económica financiera de la empresa gran hotelera el golf Trujillo S.A.*
- Fiestas, L. (2015). *Acerca de nosotros: Diario La República*. Obtenido de sitio web de Diario La República: <https://larepublica.pe/economia/1216700-turismo-en-peru-genero-ingresos-por-mas-de-us-8-mil-millones/>
- García, N. K. (2017). *Acerca de nosotros: Universidad Cesar Vallejo*. Obtenido de sitio web de Universidad Cesar Vallejo: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/16743/Garc%c3%ada_RNKP.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gonzales. (2014). *La Gestión Financiera y el acceso de Financiamiento de las Pymes del Sector Comercio en la Ciudad de Bogotá*.
- Granda, J. B. (2015). *Manual de metodología de la investigación científica (MIMI)*.
Chimbote: Universidad Católica los Angeles de Chimbote.
- Guevara, G. (2018). *Acerca de nosotros: Diario la República*. Obtenido de sitio web de Diario la República: <https://larepublica.pe/economia/1216700-turismo-en-peru-genero-ingresos-por-mas-de-us-8-mil-millones/>
- Haro, R. E. (2019). *Caracterización de la gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro gimnasios Distrito de Trujillo, 2018*. Trujillo: Universidad Católica los Angeles de Chimbote.
- Herrera, S. (2016). *Acerca de nosotros: Universidad Nacional Mayor de San Marcos*. Obtenido de sitio web Universidad Nacional Mayor de San Marcos: <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/idata/article/view/16528>

- Huertas, D. C. (2016). *El financiamiento y su influencia en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios del Perú: caso empresa de Servicios Daniel EIRL de Chimbote, 2013*. Chimbote: Universidad Católica los Angeles de Chimbote.
- Joubert, E. G. (2015). *Acerca de nosotros: Universidad Nacional de Quilmes*. Obtenido de sitio web de Universidad nacional de Quilmes: <https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/130/TESIS%20JOUBERT.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Leon, V. E. (2015). *Incidencia del financiamiento en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de productos industriales de limpieza de la ciudad de Lima Centro en el 2014*. PIURA – PERÚ: ULADECH.
- Lopez, B. M. (2018). *Gestión de calidad en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro hoteles en la provincia de Leoncio Prado periodo 2017*. Tingo María: Universidad Católica los Angeles de Chimbote.
- Maldonado, D. E. (2014). *Servicio al cliente en hoteles de la ciudad de San Marcos*. Guatemala: Universidad Rafael Landívar.
- Marchenes, G. O. (2016). *Caracterización de la capacitación en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro de hoteles de Tres Estrellas del distrito de Huaraz, 2016*. Huaraz: Universidad Católica los Angeles de Chimbote .
- Mauriola , M. (2015). *Acerca de nosotros: Universidad Nacional de Piura*. Obtenido de sitio web de Universidad Nacional de Piura: <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/312/ADM-MAV-CAM-15.pdf?sequence=1>

- Mejia, & Jaramillo. (2014). *Evaluación de la viabilidad de un proyecto hotelero en la ciudad de barranquilla a desarrollar por la firma Hoteles Estelar S.A.*
- Miranda , J. j. (2018). *Acerca de nosotros: Universidad Nacional de Trujillo*. Obtenido de sitio web de Universidad Nacional de Trujillo: http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/11671/mirandabazan_juan.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Moncayo , K. V. (2017). *Acerca de nosotros: Escuela de Hospitalidad y turismo*. Obtenido de sitio web de Escuela de Hospitalidad y turism: <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/7120/1/UDLA-EC-TIAEHT-2017-47.pdf>
- Narváez, L. F. (2016). *Acerca de nosotros: Universidad Politécnica Salesiana*. Obtenido de sitio web de Universidad Politécnica Salesiana: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/12043/1/UPS-CT005864.pdf>
- Pajuelo, A. R. (2017). *Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del centro poblado de vicos, Provincia de Carhuaz, 2016*. HUARAZ – PERU: ULADECH.
- Palacios. (2014). *Evaluación de la calidad de servicio percibida en los establecimientos hoteleros de Quibdó – Bogotá, Colombia*.
- Paredes. (2014). *importancia del control interno en el Hotel Venetur Maracaibo, C.A del colegio universitario hotel escuela de los andes venezolanos de la república bolivariana de Venezuela* . Venezuela: Escuela de los andes venezolanos de la república bolivariana de Venezuela.
- Pintado, A. (2016). *Acerca de nosotros: Diario la República*. Obtenido de sitio web de Diario la República: <https://larepublica.pe/economia/1216700-turismo-en-peru-genero-ingresos-por-mas-de-us-8-mil-millones/>

- Producción, M. d. (2017). *Estado de empleo de las MYPES*. Lima: Ministerio de la Producción.
- Reátegui, J. (2019). *Acerca de nosotros: Universidad Inca Garcilaso de la Vega*.
Obtenido de sitio web de Universidad Inca Garcilaso de la Vega:
http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/4374/TESIS_REATE_GUI_JAINET.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Republica, C. G. (2016). *Marco conceptual del control interno*. Lima: Controlaría General de la Republica.
- Rivadeneira, P. A. (2014). *REVNI: Alternativa de financiamiento para pequeñas y medianas empresas (pymes) en Ecuador*. Quito: PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR.
- Rojas. (2014). *La contabilidad de gestión y su relación con la toma de decisiones en la industria hotelera Piura*.
- Román, J. J. (2018). *Acerca de nosotros: Diario Andina* . Obtenido de sitio web de Diario Andina : <https://andina.pe/agencia/noticia-el-88-mypes-hoteles-restaurantes-y-catering-preve-crecer-2017-644857.aspx>
- Torres, & Gamarra. (2016). *Propuesta de un diseño basado en costos por actividad y control de calidad, para mejorar la toma de decisiones en la empresa Hotelera Coral S.R.L.*
- Torres, G. D. (2015). *Comercio informal en México, posibilidad de encausamiento hacia la aportación tributaria*.
- Torres, K. G., & Díaz, M. B. (2016). *Evaluación de la calidad del servicio en el restaurante turístico el cántaro E.I.R L*. Lambayeque: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

Troncos , J. (2018). *Acerca de nosotros: Universidad Nacional de Piura*. Obtenido de sitio web de Universidad Nacional de Piura: <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1431/ADM-TRO-ESC-2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Zambrano , J. I. (2018). *Acerca de nosotros: Universidad de Chile*. Obtenido de sitio web de Universidad de Chile: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/169980/Analisis-de-priorizacion-de-requerimientos-en-un-servicio-de-atencion-a-clientes.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

ANÁLISIS DE FIABILIDAD

Gestión de Calidad y Atención al Cliente: Hospedajes – Provincia de Ayabaca

El análisis de fiabilidad del instrumento se realizó bajo el criterio de coeficiente alfa de Cron Bach en base a una muestra piloto escogida al azar representativa al 10 % del tamaño de muestra.

El cual arrojó un total de casos de 34 y 12 ítems.

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	34	100,0
	Excluidos	0	,0
	Total	34	100,0

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,789	12

Interpretación:

El Alfa de Cronbach para este instrumento es de 0.789 es decir mide la atención al cliente con un 78.9 % de fiabilidad. La encuesta elaborada presenta fiabilidad aceptable.



CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS PROPETARIOS

Buen día me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la Gestión de calidad y Atención al cliente en las MYPE rubro hospedajes en la provincia de Ayabaca año 2019, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere mas conveniente. su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

Datos demográficos

Nombre _____ Edad _____

Género: (M) (F) Nivel de Estudios _____

Fecha _____ Nombre de la MYPE _____

Variable: Gestión de calidad

ítem	Dimensión: sistemas de abastecimiento	Siempre	A veces	Nunca
1	Indicador: Proveedor de insumos ¿Considera Ud. indispensable revisar el estado en que reciben los materiales y suministros en general que entregan sus proveedores?			
2	¿Considera Ud. que sus proveedores cumplen con los requerimientos y tiempos estipulados en la solicitud de sus pedidos?			
3	Indicador: Materias primas y materiales ¿Considera Ud. importante registrar los insumos, suministros y controlar el stock que le permite detectar cuando es necesario realizar una reposición en las áreas?			
4	¿Considera Ud. que los recursos y materiales que tiene el hospedaje están en buen estado?			
5	Indicador: Transformación de insumos ¿Considera importante verificar la conformidad entre el orden de compra y el documento sustentatorio del proveedor (guía de remisión, boleta, y/o factura)?			
6	¿Considera Ud. que los recursos principales que requiere el hospedaje están detallados a los gustos y preferencias de los clientes?			
7	Dimensión: Principios de gestión de calidad Indicador: Enfoque sistémico ¿Considera Ud. que las áreas con las que dispone el hospedaje se apoyan entre si, para lograr el objetivo esperado?			
8	¿Considera Ud. que el proceso de comunicación empleado entre el personal de las diferentes áreas es eficaz y eficiente?			
9	Indicador: Mejoramiento continuo ¿Ha considerado en el último año, estudios de mercado para analizar necesidades, deseos y expectativas de los clientes?			
10	¿Ha planificado e implementado procesos de seguimiento, medición, análisis y mejora para demostrar la conformidad y calidad de servicio del hospedaje?			
11	Indicador: Decisiones en base a datos y hechos ¿Ha considerado usted una base de datos de sus clientes (huésped o agencia de viaje), con el objetivo de lograr fidelizarlos en un mediano plazo?			
12	¿Ha considerado seguimiento a la información relacionada con la percepción y satisfacción del cliente respecto al cumplimiento de los requisitos del servicio hospedaje?			



CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS CLIENTES

Buen día me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la Gestión de calidad y Atención al cliente en las MYPE rubro hospedajes en la provincia de Ayabaca año 2019, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere mas conveniente. su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

Datos demográficos

Edad _____ Género: (M) (F) Fecha _____

Nivel de Estudios _____ Lugar de procedencia _____

Variable: Atención al cliente

ítem	Dimensión: Orientación al mercado	Siempre	A veces	Nunca
1	Indicador: Orientación al cliente ¿Cómo califica la información recibida por el personal del hospedaje respecto a los servicios que ofrece?			
2	¿Califique la capacidad de respuesta en los procedimientos que el personal sigue frente al tratamiento de alguna queja o reclamo?			
3	Indicador: Diferenciación ¿Califique usted el valor de respuesta en los procedimientos que el personal sigue frente al tratamiento de alguna queja o reclamo?			
4	¿Cómo califica los servicios complementarios de restaurant y transporte que ofrece el hospedaje?			
5	Indicador: flexibilidad ¿Califique usted el nivel de capacidad de respuesta por parte del personal para tomar decisiones frente alguna adversidad?			
6	¿Califique usted el nivel de pulcritud y seguridad que ofrece el hospedaje?			
7	Dimensión: Satisfacción de los clientes Indicador: Conocimientos de las necesidades y expectativas del cliente ¿Cómo califica las políticas de atención por parte del personal?			
8	¿Califique si el personal del hospedaje es competente en sus funciones asignadas respecto del personal?			
9	Indicador: Orientación hacia la solución de problemas ¿Cómo califica el nivel de escucha por parte del personal ante algún problema que se le suscitó en el hospedaje?			
10	¿Cómo califica las alternativas de solución por parte del personal, cuando se le presenta un problema?			
11	Indicador: Fidelización del cliente ¿Califique usted si los atributos en general ofrecidos por el hospedaje superan las expectativas esperadas por el cliente?			
12	¿Califique usted si el hospedaje se encuentra en condiciones óptimas para ser recomendado?			

**LIBRO DE CÓDIGOS: PROPIETARIOS DE HOSPEDAJES DE
PROVINCIA DE AYABACA.**

Tabla 4
Edad del propietario

		Valor
Atributos estándar	Etiqueta	Edad del Propietario
	Tipo	Numérico
	Medida	Escala
	Papel	Entrada
N	Válidos	3
	Perdidos	0

Tabla 5
Género de los propietarios

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	Genero del Propietario		
	Tipo	Numérico		
	Medida	Nominal		
	Papel	Entrada		
Valores válidos	1	Femenino	1	33,3%
	2	Masculino	2	66,7%

Tabla 6
Nivel de estudios del propietario

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	Nivel de estudios del propietario		
	Tipo	N Numérico		
	Medida	N Nominal		
	Papel	N Entrada		
Valores válidos	1	Primaria	2	66,7%
	2	Secundaria	1	33,3%
	3	Superior	0	0,0%

Tabla 7
Estado en que se reciben los materiales y suministros de los proveedores

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	Estado en que se reciben los materiales y suministros de los proveedores		
	Tipo	N Numérico		
	Medida	N Nominal		
	Papel	N Entrada		
Valores válidos	1	Siempre	3	100,0%
	2	A veces	0	0,0%
	3	Nunca	0	0,0%

Tabla 8

Al solicitar los pedidos se cumplen con los requisitos y tiempos estipulados

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	Al solicitar los pedidos se cumplen con los requisitos y tiempos estipulados		
	Tipo	Númérico		
	Medida	Nominal		
	Papel	Entrada		
Valores válidos	1	Siempre	0	0,0%
	2	A veces	3	100,0%
	3	Nunca	0	0,0%

Tabla 9

Registrar los insumos, suministros y controlar el stock permite detectar cuando es necesario una nueva reposición en las áreas

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	Registrar los insumos, suministros y controlar el stock permite detectar cuando es necesario una nueva reposición en las áreas		
	Tipo	Númérico		
	Medida	Nominal		
	Papel	Entrada		
Valores válidos	1	Siempre	3	100,0%
	2	A veces	0	0,0%
	3	Nunca	0	0,0%

Tabla 10
Los recursos y materiales que tiene el hospedaje están en buen estado

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	Los recursos y materiales que tiene el hospedaje están en buen estado		
	Tipo	Numérico		
	Medida	Nominal		
	Papel	Entrada		
Valores válidos	1	Siempre	3	100,0%
	2	A veces	0	0,0%
	3	Nunca	0	0,0%

Tabla 11
Es importante verificar la conformidad entre la orden de compra y el documento sustentatorio del proveedor.

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	Es importante verificar la conformidad entre la orden de compra y el documento sustentatorio del proveedor		
	Tipo	Numérico		
	Medida	Nominal		
	Papel	Entrada		
Valores válidos	1	Siempre	3	100,0%
	2	A veces	0	0,0%
	3	Nunca	0	0,0%

Tabla 12
Los recursos principales que requiere el hospedaje están detallados al gusto y preferencias del cliente.

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	Los recursos principales que requiere el hospedaje están detallados al gusto y preferencias del cliente		
	Tipo	Numérico		
	Medida	Nominal		
	Papel	Entrada		
Valores válidos	1	Siempre	1	33,3%
	2	A veces	2	66,7%
	3	Nunca	0	0,0%

Tabla 13
Las áreas con las que cuenta el hospedaje se apoyan entre si, para lograr el objetivo esperado

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	Las áreas con las que cuenta el hospedaje se apoyan entre si, para lograr el objetivo esperado		
	Tipo	Numérico		
	Medida	Nominal		
	Papel	Entrada		
Valores válidos	1	Siempre	0	0,0%
	2	A veces	3	100,0%
	3	Nunca	0	0,0%

Tabla 14*El proceso de comunicación empleado por el personal de las diferentes áreas es eficaz y eficiente*

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	El proceso de comunicación empleado por el personal de las diferentes áreas es eficaz y eficiente		
	Tipo	Numérico		
	Medida	Nominal		
	Papel	Entrada		
Valores válidos	1	Siempre	0	0,0%
	2	A veces	3	100,0%
	3	Nunca	0	0,0%

Tabla 15*Ha considerado en el último año un estudio de mercado para analizar necesidades y expectativas del cliente*

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	Ha considerado en el último año un estudio de mercado para analizar necesidades y expectativas del cliente		
	Tipo	Numérico		
	Medida	Nominal		
	Papel	Entrada		
Valores válidos	1	Siempre	0	0,0%
	2	A veces	3	100,0%
	3	Nunca	0	0,0%

Tabla 16
Ha planificado e implementado procesos de seguimiento, medición, análisis y mejora para demostrar la conformidad y calidad del servicio

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	Ha planificado e implementado procesos de seguimiento, medición, análisis y mejora para demostrar la conformidad y calidad del servicio		
	Tipo	N Numérico		
	Medida	N Nominal		
	Papel	N Entrada		
Valores válidos	1	Siempre	1	33,3%
	2	A veces	2	66,7%
	3	Nunca	0	0,0%

Tabla 17
Ha considerado una base de sus datos de sus clientes, con el objetivo de lograr fidelizarlos en un mediano plazo

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	Ha considerado una base de sus datos de sus clientes, con el objetivo de lograr fidelizarlos en un mediano plazo		
	Tipo	N Numérico		
	Medida	N Nominal		
	Papel	N Entrada		
Valores válidos	1	Siempre	0	0,0%
	2	A veces	3	100,0%

Tabla 18

Ha considerado un seguimiento a la información relacionada con la percepción y satisfacción respecto al cumplimiento del servicio que brinda

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	Ha considerado un seguimiento a la información relacionada con la percepción y satisfacción respecto al cumplimiento del servicio que brinda		
	Tipo	N Numérico		
	Medida	N Nominal		
	Papel	N Entrada		
	1	N Siempre	0	0,0%
Valores válidos	2	N A veces	3	100,0%
	3	N Nunca	0	0,0%

**LIBRO DE CÓDIGOS: CLIENTES DE HOSPEDAJES DE
PROVINCIA DE AYABACA**

**Tabla 19.
Edad del Cliente.**

		Valor
Atributos estándar	Etiqueta	Edad del Cliente
	Tipo	Numérico
	Medida	Escala
	Papel	Entrada
N	Válidos	384
	Perdidos	0
Tendencia central y dispersión	Media	38,20
	Desviación típica	12,822
	Percentil 25	29,00
	Percentil 50	38,00
	Percentil 75	46,00

**Tabla 20
Genero del Cliente.**

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	Genero del Cliente		
	Tipo	Numérico		
	Medida	Nominal		
	Papel	Entrada		
Valores válidos	1	Femenino	174	45,3%
	2	Masculino	210	54,7%

Tabla 21
Nivel de Estudios del Cliente.

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	Nivel de Estudios del Cliente		
	Tipo	Númerico		
	Medida	Nominal		
	Papel	Entrada		
Valores válidos	1	Primaria	17	4,4%
	2	Secundaria	66	17,2%
	3	Superior	301	78,4%

Tabla 22
Lugar de Procedencia del Cliente.

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	Lugar de Procedencia del Cliente		
	Tipo	Cadena		
	Medida	Nominal		
	Papel	Entrada		
Valores válidos	Ayabaca		45	11,7%
	Ayacucho		1	0,3%
	Canchaque		6	1,6%
	Catacaos		17	4,4%
	Chiclayo		10	2,6%
	Chimbote		2	0,5%
	Chulucanas		15	3,9%
	El Alto		1	0,3%
	Huancabamba		3	0,8%
	Jilili		8	2,1%
	La Arena		3	0,8%
	La Matanza		4	1,0%
	La Unión		8	2,1%

Lagunas	9	2,3%
Las Lomas	6	1,6%
Lima	16	4,2%
Marcavelica	1	0,3%
Montero	36	9,4%
Morropon	2	0,5%
Oxaguay	2	0,5%
Pacasmayo	1	0,3%
Paimas	26	6,8%
Paita	31	8,1%
Piura	39	10,2%
Querecotillo	2	0,5%
Quito	9	2,3%
Sapillica	3	0,8%
Sechura	12	3,1%
Sicchez	5	1,3%
Sullana	30	7,8%
Suyo	10	2,6%
Talara	6	1,6%
Tambogrande	11	2,9%
Trujillo	4	1,0%

Tabla 23
Información recibida por el personal respecto a los servicios ofrecidos.

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	Información recibida por el personal respecto a los servicios ofrecidos.		
	Tipo	N Numérico		
	Medida	N Nominal		
	Papel	N Entrada		
Valores válidos	1	Buena	157	40,9%
	2	Regular	226	58,9%
	3	Deficiente	1	0,3%

Tabla 24
Capacidad de respuesta en los procedimientos que el personal sigue ante quejas y reclamos.

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	Capacidad de respuesta en los procedimientos que el personal sigue ante quejas y reclamos.		
	Tipo	N Numérico		
	Medida	N Nominal		
	Papel	N Entrada		
Valores válidos	1	Buena	115	29,9%
	2	Regular	257	66,9%
	3	Deficiente	12	3,1%

Tabla 25
Valor de propuesta en el servicio del hospedaje.

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	Valor de propuesta en el servicio del hospedaje.		
	Tipo	Númérico		
	Medida	Nominal		
	Papel	Entrada		
Valores válidos	1	Bueno	126	32,8%
	2	Regular	241	62,8%
	3	Deficiente	17	4,4%

Tabla 26
: Servicios complementarios de restaurant y transporte.

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	Servicios complementarios de restaurant y transporte.		
	Tipo	Númérico		
	Medida	Nominal		
	Papel	Entrada		
Valores válidos	1	Bueno	104	27,1%
	2	Regular	217	56,5%
	3	Deficiente	63	16,4%

Tabla 27
Capacidad de respuesta por parte del personal en la toma de
decisiones ante adversidades.

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	Capacidad de respuesta por parte del personal en la toma de decisiones ante adversidades.		
	Tipo	Numérico		
	Medida	Nominal		
	Papel	Entrada		
Valores válidos	1	Buena	117	30,5%
	2	Regular	212	55,2%
	3	Deficiente	55	14,3%

Tabla 28
Nivel de pulcritud y seguridad del hospedaje.

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	Nivel de pulcritud y seguridad del hospedaje.		
	Tipo	Numérico		
	Medida	Nominal		
	Papel	Entrada		
Valores válidos	1	Bueno	83	21,6%
	2	Regular	269	70,1%
	3	Deficiente	32	8,3%

Tabla 29
Políticas de atención por parte del personal.

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	Políticas de atención por parte del personal.		
	Tipo	N Numérico		
	Medida	N Nominal		
	Papel	N Entrada		
Valores válidos	1	Buena	70	18,2%
	2	Regular	266	69,3%
	3	Deficiente	48	12,5%

Tabla 30
Competencia del personal del hospedaje en funciones asignadas.

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	Competencia del personal del hospedaje en funciones asignadas.		
	Tipo	N Numérico		
	Medida	N Nominal		
	Papel	N Entrada		
Valores válidos	1	Buena	67	17,4%
	2	Regular	249	64,8%
	3	Deficiente	68	17,7%

Tabla 31
: Nivel de escucha por parte del personal ante problemas en el hospedaje.

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	Nivel de escucha por parte del personal ante problemas en el hospedaje.		
	Tipo	N Numérico		
	Medida	N Nominal		
	Papel	N Entrada		
Valores válidos	1	Bueno	49	12,8%
	2	Regular	220	57,3%
	3	Deficiente	115	29,9%

Tabla 32
Alternativas de solución por parte del personal ante problemas.

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	Alternativas de solución por parte del personal ante problemas.		
	Tipo	N Numérico		
	Medida	N Nominal		
	Papel	N Entrada		
Valores válidos	1	Buena	36	9,4%
	2	Regular	188	49,0%
	3	Deficiente	160	41,7%

Tabla 33**Superación de los atributos del hospedaje ante sus expectativas.**

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	Superación de los atributos del hospedaje ante sus expectativas.		
	Tipo	N Numérico		
	Medida	N Nominal		
	Papel	N Entrada		
		1	Buena	30
Valores válidos	2	Regular	310	80,7%
	3	Deficiente	44	11,5%

Tabla 34**Condiciones óptimas para recomendar el hospedaje.**

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Etiqueta	Condiciones óptimas para recomendar el hospedaje.		
	Tipo	N Numérico		
	Medida	N Nominal		
	Papel	N Entrada		
		1	Buena	18
Valores válidos	2	Regular	296	77,1%
	3	Deficiente	70	18,2%

Turnitin Informe de Originalidad

Revisado el: 26-oct-2019 10:04:03
 Identificador: 120952079
 Número de palabras: 10017
 Originalidad: 1

pre banca Por Celia Broncano Merino

Similitud según fuente	
Índice de similitud	5%
Internet Sources	5%
Publicaciones	0%
Trabajos del estudiante	0%

modo: ver informe en vista quickview (vista clásica) | Change mode | imprimir | actualizar | descargar

5% match (Internet) (fecha: 07-oct-2019)
<https://as.scribd.com/document/449325766/Modulo-5-Atencion-Al-Cliente-Interno-y-Externo>

1. INTRODUCCIÓN En la actualidad, el rubro hospedajes es considerado como una de las industrias de creciente desarrollo económico a nivel nacional; el rubro en mención ha ganado gran fortaleza en los últimos años ya que miles de emprendedores ven en la prestación de servicios una excelente oportunidad para cumplir sus sueños y generar un mejor estilo de vida; por ello en Perú el rubro hospedajes ha logrado convertirse en uno de los sectores de gran prioridad; puesto que el país es reconocido a nivel internacional por sus llamativos lugares turísticos, variada geografía, su riqueza arqueológica, su exquisita cultura, su extensa biodiversidad y su variado folklore; en consecuencia el rubro hospedajes de la mano del turismo ha logrado convertirse en un ecosistema de vital importancia para el desarrollo de la provincia de Ayabaca. Es en este sentido que se plasma la presente indagación, denominada "gestión de calidad y atención al cliente de las MYPE rubro hospedajes de la Provincia de Ayabaca, año 2019", estudio que surge del eje de investigación gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas, línea de investigación que ha sido asignada por la Universidad Católica Los Angeles Chimbote-USADECH; perteneciente a la Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas, Escuela de Administración y engloba el desarrollo de investigaciones relacionadas al proceso administrativo de: planeación, organización, dirección y control; así como a otras actividades propias de la micro y pequeña empresa. La indagación está desarrollada teniendo en consideración el formato o esquema propuesto por la universidad, por ende se ha organizado la información de la siguiente manera: el primer capítulo abordará la introducción, con el fin de tener un alcance general de cómo se encuentran estas organizaciones y cómo influyen los factores internos y externos en su desenvolvimiento; el segundo capítulo está constituido por la revisión de la literatura donde se han expuesto trabajos anteriores sobre las variables en estudio, así mismo se abordará fundamentos teórico actualizados que conlleve conocer la fondo definiciones precisas sobre la gestión de calidad y atención al cliente; en el tercer capítulo se expone la hipótesis de la indagación; por consiguiente en el cuarto capítulo se plasmará la metodología aplicada; en el quinto capítulo se muestra los resultados que se obtuvieron tras la aplicación del instrumento que permitirá conocer las características que posee la gestión de calidad y atención al cliente, así como análisis o discusión de los mismos; el sexto y último capítulo servirá para redactar las conclusiones a las que llegó la indagación. El giro del negocio comprende a las MYPES dedicadas a la prestación de servicios de hospedaje producto de situaciones turísticas. La investigación se encuentra delimitada temáticamente por las variables gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES pertenecientes al rubro hospedaje en la provincia de Ayabaca, año 2019; desde el panorama geográfico: departamento Arequipa-provincia Ayabaca; desde el punto de vista sociográfico: micro y pequeñas empresas del rubro hospedaje y delimitación temporal: año 2019. En el estudio habrá un manejo de la metodología de tipo cualitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal, siendo la técnica de recopilación de datos la encuesta, aplicando como instrumento el cuestionario estructurado con interrogantes de escala ordinal o Likert tanto para los propietarios y clientes de las MYPE rubro hospedajes de la provincia de Ayabaca año 2019. En la actualidad las micro y pequeñas empresas son importantes agentes económicos ya que promueven el desarrollo de los países, una parte significativa de la población y de la economía depende de la actividad y el desarrollo de estas MYPE debido a su reconocida Capacidad para generar empleo y su participación en la producción, estos negocios se ven constantemente amenazados por la creciente competencia que existe en este sector; puesto que cada día surgen nuevas generaciones con el fin de satisfacer una serie de necesidades para los consumidores. La labor como indagador es el analizar como la micro y pequeña empresa del rubro hospedaje han obtenido una influencia significativa por parte de

USER: 45757402

Nro: 082019-00007785
Fecha: 15-11-2019 12:36

CONSTANCIA DE NO ADEUDO

La Jefatura de Cobranzas hace constar que el alumno(a) BRONCANO MERINO CELIA IRALDA, con código de matrícula 0811121002, de la ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION; no registra deuda pendiente a la fecha para optar TALLER DE TITULACION.

Se expide el presente a solicitud del interesado(a).

PIURA, 15 DE NOVIEMBRE DEL 2019.

 UNIVERSIDAD CATOLICA
LOS ANGELES-CHIMBO
Juliana Lisseth Moscol Carbaja
UNIDAD DE CAJA PIURA

 UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBO
PIURA 2019
Sra. Ana Silvia Guevara
ESPECIALISTA C.I.R.

V°B° CAJA

V°B° BIBLIOTECA (*)

V°B° LABORATORIO/ CLINICA (*)

(*) Requerido en los centros donde exista Biblioteca y/o Laboratorio.