



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN  
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN  
TURÍSTICA

“EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LAS  
EMPRESAS TURÍSTICAS DE LA REGIÓN ÁNCASH 2017”

METAANÁLISIS

AUTORA:

MG. NARDA KARINA CHÁVEZ PRÍNCIPE

CHIMBOTE – PERÚ

2018

## **AGRADECIMIENTO**

*Un agradecimiento a los empresarios del sector turismo de la región Áncash, gracias a su disposición se ha podido concretar este trabajo.*

## **DEDICATORIA**

*A aquellos que ponen en marcha sus sueños emprendiendo y contribuyendo al desarrollo del sector turismo.*

## RESUMEN

El presente metaanálisis tuvo por objetivo evaluar la calidad del servicio de las empresas turísticas de la región Áncash, en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas en el año 2017. Se ha orientado a la revisión de investigaciones realizadas por los estudiantes de la Carrera de Administración Turística de la ULADECH CATÓLICA; se han incluido 3 empresas de restauración y 2 agencias de viajes ubicadas en las ciudades de Chimbote y Nuevo Chimbote. Para las investigaciones la calidad del servicio está dada por el cumplimiento de más del 80% de estándares derivados de las buenas prácticas, siendo las subdimensiones evaluadas: gestión administrativa, equipamiento e infraestructura, gestión del servicio, gestión medioambiental y gestión socio cultural. El total de estándares evaluados en las empresas de restauración han sido 261, de los cuales las empresas han cumplido en promedio con el 74,0%; en las agencias de viajes y turismo se evaluaron un total de 151 estándares, de los cuales se cumple en promedio con el 67,0%. Se concluye que las empresas turísticas de la región Áncash 2017 requieren implementar los estándares derivados de las buenas prácticas para brindar un servicio de calidad.

*Palabras clave: Empresas turísticas, evaluación, calidad, estándares, buenas prácticas.*

## ABSTRACT

This meta-analysis aimed to evaluate the service quality of the tourist companies of región Áncash, based on the on compliance of the standars derived from the standars derived from the godd prcatices in the year 2017. It has been oriented review of research by students of the Escuela de Turismo of the ULADECH CATÓLICA; there have been included 3 companies of restoration and 2 companies of travels in the región Áncash. For the investigations the quality of the service es given by the fulfillment of more than 80% of standars derived from the good practices, being the subdimensiones evaluated: administrative management, equipment and infrastructure, management of the service, enviromental management and sociocultural management. The total assessed standars in restoration companies have been 261, of wich companies have complied on average with 74,0%; in the companies of travels there was evaluated a whole of 151 standars, of wich it es fulfilled in average with 67,0%. Conclude that the tourist companies of región Áncash 2017 need to implement the standars derived from the good practices to offer a quality service.

*Key words: Tourist companies, evaluation, quality, standar, good practices.*

## CONTENIDO

<b>I.- INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>II.- REVISIÓN DE LITERATURA.....</b>	<b>5</b>
<b>III.- METODOLOGÍA.....</b>	<b>26</b>
3.1.-Tipo de investigación.....	26
3.2.- Diseño de investigación.....	26
3.4.- Casos.....	27
3.5.- Definición y operacionalización de las variables.....	27
3.6.- Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	29
3.7.- Análisis de datos.....	30
3.8.- Matriz de consistencia.....	31
3.9.- Principios éticos.....	33
<b>IV.- RESULTADOS.....</b>	<b>34</b>
4.1.-Resultados.....	34
4.2.- Análisis de resultados.....	43
<b>V.- CONCLUSIONES.....</b>	<b>50</b>
<b>Referencias</b>	
<b>Anexos</b>	

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en gestión administrativa de las empresas turísticas de la región Áncash 2017.....	35
<b>Tabla 2:</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en equipamiento e infraestructura de las agencias de viajes y turismo de la región Áncash 2017.....	36
<b>Tabla 3:</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en equipamiento e infraestructura de las empresas de restauración de la región Áncash 2017.....	37
<b>Tabla 4:</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en gestión del servicio en las agencias de viajes de la región Áncash 2017.....	38
<b>Tabla 5:</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en gestión del servicio en las empresas de restauración de la región Áncash 2017.....	39
<b>Tabla 6:</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en gestión medioambiental en las agencias de viajes de la región Áncash 2017.....	40
<b>Tabla 7:</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en gestión medioambiental en las empresas de restauración de la región Áncash 2017.....	40
<b>Tabla 8:</b> Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en gestión sociocultural en las empresas turísticas de la región Áncash 2017.....	41

**Tabla 9:** Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en las agencias de viajes de la región Áncash 2017.....42

**Tabla 10:** Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en las empresas de restauración de la región Áncash 2017.....43



## I.- INTRODUCCIÓN

El crecimiento de la economía y de la actividad turística impulsa el establecimiento de empresas dedicadas a brindar servicios que posibiliten el desarrollo de la actividad turística; los reportes anuales publicados por la Organización Mundial del Turismo -OMT, dan a conocer que el sector turismo a lo largo de los años viene presentando un crecimiento sostenido, aportando al desarrollo de los destinos turísticos.

En este contexto las empresas turísticas son uno de los elementos del sistema turístico, cuya función consiste en posibilitar la realización de diversas actividades por parte de los turistas en los destinos turísticos.

La gran competencia existente en el sector como la mayor experiencia de los turistas exigen a estas empresas a brindar un servicio de calidad, acorde a estándares internacionales y con una mirada que vaya más allá de sus propias organizaciones, que las lleve a incluir aspectos medio ambientales y socio culturales en su gestión.

Una de las estrategias que vienen siendo impulsadas tanto desde el sector empresarial como el gubernamental son las buenas prácticas, las cuales se constituyen en medidas o formas de realizar actividades y tareas, que han demostrado ser efectivas, además de ser fáciles de adaptar a la realidad de cada empresa.

En Perú, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo-MINCETUR, ha generado el Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas (SABP), en torno al cual se han elaborado manuales de buenas prácticas para empresas como agencias de viajes, alojamiento y restauración entre otros.

Mincetur (2011) manifiesta que el SABP ha sido generado por el Viceministerio de Turismo enfocándose en destinos turísticos priorizados, para lo cual asumen compromisos técnicos, logísticos y/o presupuestales los gobiernos regionales y empresariado, haciendo posible su ejecución. Este sistema también puede ser aplicado por otras instituciones en coordinación con el Viceministerio de Turismo, manteniendo la metodología y procesos definidos.

En la región Áncash se están desarrollando algunas iniciativas orientadas a mejorar la calidad de servicio, lamentablemente éstas no forman parte de una estrategia de intervención integral, lo que no posibilita tener resultados notables. La problemática más resaltante de las empresas del sector en esta región está vinculada a la formación del personal, afectando de forma directa a la calidad del servicio; por otro lado los responsables de dirigir las empresas no cuentan con la formación en el rubro y en general no se conocen ni aplican las buenas prácticas.

En base a la problemática señalada se planteó como pregunta de investigación: ¿Cuál es la calidad del servicio de las empresas turísticas de región Áncash, en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2017?

El objetivo general de la investigación es evaluar la calidad del servicio de las empresas turísticas de la región Áncash, en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas en el año 2017.

Entre los objetivos específicos tenemos:

- Describir las principales características de las empresas turísticas de la región Áncash, relacionadas a su historia, organización, oferta, demanda y perfil del personal.
- Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión administrativa de las empresas turísticas de la región Áncash en el año 2017.
- Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al equipamiento e infraestructura de las empresas turísticas de la región Áncash en el año 2017.
- Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión del servicio de las empresas turísticas de la región Áncash en el año 2017.

- Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión medioambiental de las empresas turísticas de la región Áncash en el año 2017.
- Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión socio-cultural de las empresas turísticas de la región Áncash en el año 2017.

La evaluación de la calidad del servicio se puede realizar tanto desde el punto de vista del consumidor como a partir del cumplimiento de normas o estándares, en este metaanálisis se incluyen investigaciones que han evaluado la calidad interna del servicio a través de estándares derivados de las buenas prácticas.

Los resultados presentados en el metaanálisis permitirán a los empresarios desarrollar estrategias para mejorar la calidad de sus servicios a partir de la identificación de aquellos aspectos que no se vienen cumpliendo, los resultados también se constituyen en un importante aporte para el desarrollo de políticas vinculadas al sector turismo en la región Áncash.

El presente metaanálisis ha sistematizado y analizado los resultados de las investigaciones ejecutadas a partir de los proyectos derivados de la línea de investigación de la Carrera Profesional de Administración Turística denominada “Evaluación de la Calidad del Servicio de las Empresas Turísticas Nacionales Utilizando Estándares Derivados de las Buenas Prácticas”.

En la carrera profesional de Administración Turística, los estudiantes participan en el desarrollo de investigaciones como parte de su formación profesional, proceso que se inicia en el VII ciclo y concluye en el X, en ese sentido este documento ha tenido como base los informes de investigación desarrollados a lo largo de ese proceso.

Las empresas investigadas que se han incluido en el presente documento han sido 2 agencias de viajes y 3 empresas de restauración ubicadas en la región Áncash; la recolección de datos se ha llevado a cabo en el año 2017.

La metodología de las investigaciones se ha basado en estudios de caso único de nivel descriptivo, obteniéndose información tanto cualitativa como cuantitativa; las técnicas empleadas han sido la entrevista y la observación, los instrumentos empleados han sido la guía de entrevista estructurada, un cuestionario y cinco guías de observación.

## II.- REVISIÓN DE LITERATURA

En el plano internacional se han identificado las siguientes investigaciones relacionadas con la evaluación de la calidad de los servicios en empresas turísticas:

Chávez (2016) en el metaanálisis “Evaluación de la calidad del servicio de las empresas turísticas de Chimbote y Nuevo Chimbote, 2016”, identificó que de 4 empresas de restauración y 5 de servicio de alojamiento ubicadas en las ciudades de Chimbote y Nuevo Chimbote, en lo que respecta a la gestión administrativa, los restaurantes cumplieron con el 66,0%, 59,0%, 46,0% y 43,0% respectivamente, mientras que las empresas de alojamiento cumplieron con el 86,0%, 95,0%, 45,0%, 84,0% y 79,0% respectivamente, dando un cumplimiento promedio del 67,0%. En lo que respecta al equipamiento e infraestructura, para las empresas de restauración tenemos cumplimientos del 74,0%, 67,0%, 57,0% y 48,0%, con un promedio de cumplimiento del 61,0%; por otro lado, las empresas de alojamiento presentaron cumplimientos del 79,0%, 91,0%, 57,0%, 86,0% y 70,0%, dando como promedio un cumplimiento del 77,0%. En lo que respecta a la gestión del servicio, tenemos que las empresas de restauración cumplieron con el 66,0%, 60,0%, 57,0% y 57,0%, dando como promedio el cumplimiento del 60,0% de estándares; por su parte las empresas de alojamiento cumplieron con el 85,0%, 99,0%, 59,0%, 84,0% y 80,0%, en promedio cumplieron con el 82,0% de los estándares. En la gestión medioambiental, las empresas de restauración cumplieron con el 58,0%, 63,0%, 46,0% y 25,0%, en promedio reportaron un cumplimiento del 48,0% de estándares; por su parte las empresas de alojamiento cumplieron con el 68,0%, 72,0%, 56,0%, 72,0% y 84,0%, dando como promedio un cumplimiento del 70,0% de los estándares. En las buenas prácticas socioculturales las empresas de restauración reportaron cumplimientos del 31,0%, 38,0%, 38,0%, 23,0% y las empresas de alojamiento 62,0%, 77,0%, 54,0%, 69,0% y 77,0%, en promedio cumplieron con el 52,0% de los estándares. En términos generales las empresas de restauración cumplieron con el 65,0%, 60,0%, 55,0% y 48,0%, dando como promedio un cumplimiento del 57,0% de estándares; por su parte las empresas de alojamiento cumplieron con el 81,0%, 92,0%, 55,0%, 83,0% y 77,0%, dando como

promedio un cumplimiento del 78,0% de estándares.

Chávez (2013) en el meta análisis Evaluación de la Calidad del Servicio de los Restaurantes de Chimbote y Nuevo Chimbote, 2013; identificó que de 4 empresas de restauración investigadas en la gestión administrativa se reportaron cumplimientos del 23,2% 53,6%, 35,7% y 48,2%, en promedio se cumple con el 41,0% de los estándares evaluados en esta dimensión; en lo referente al equipamiento e infraestructura los restaurantes cumplen con el 53,7%, 61,1%, 74,0% y 85,2% respectivamente, en promedio se obtuvo un cumplimiento del 69,0% de los estándares evaluados. En lo que respecta a la gestión del servicio se tienen cumplimientos del 50,0%, 56,0%, 50,0%, en promedio se obtuvo un cumplimiento del 60,0% de estándares. En la gestión medioambiental se obtuvieron cumplimientos del 33,3%, 58,3%, 29,2% y 58,3% respectivamente, dando un cumplimiento promedio del 46,0% de los estándares. En la gestión sociocultural los restaurantes han cumplido con el 15,4%, 38,5%, 30,8% y 30,8% respectivamente, con un promedio de cumplimiento del 31,0% de estándares. En términos generales los restaurantes han presentado un cumplimiento del 41,8%, 56,0%, 49,0% y 71,6% respectivamente, con un promedio de cumplimiento del 55,0%.

Secretaría de Turismo de Argentina (s.f.), en su informe denominado III Encuentro Iberoamericano de Calidad Turística, indica la experiencia piloto de aplicación de buenas prácticas para empresas turísticas, la que se dio en San Miguel de Tucumán en el 2007, en busca de la mejora de la calidad turística. El desarrollo y el fortalecimiento institucional del sector privado es uno de los principales impactos resultantes de su implementación para las empresas y prestadores participantes, la metodología brindó una guía ordenadora del funcionamiento y de desarrollo de la organización, permitiendo detectar las áreas débiles o conflictivas de la misma, y responder con acciones correctivas y preventivas concretas. La formación de los recursos humanos y el asesoramiento técnico individualizado, unidos al enfoque eminentemente práctico se transformaron en mejoras palpables y fáciles de percibir en un lapso relativamente corto de tiempo. El proyecto se articuló en etapas progresivas que van familiarizando a los prestadores en la cultura de la calidad al tiempo que van adoptando paulatinamente las buenas prácticas como hábito de la empresa. 58 prestadores conforman el grupo inicial de implantación, pertenecientes a 11 sectores vinculados con la actividad turística: 13 hoteles, 3 albergues u hosteles, 1 oficina de

información turística, 18 agencias a viajes, 7 restaurantes, 1 bar, 3 comercios turísticos, 3 rentadoras de automóviles, 4 muesos y 5 guías. Las características que le otorgan un valor agregado a las buenas prácticas son, sin lugar a dudas, la aptitud de posibilitar a las empresas la realización de un autodiagnóstico sencillo, y la implementación de mejoras de manera planificada. Durante los 4 meses que se trabajó con las 58 empresas involucradas inicialmente, sólo abandonaron 3. Fueron 1400 personas aproximadamente las que trabajaron durante 4 meses en torno a más de 7200 referencias de servicios. El cambio experimentado significó el involucramiento del personal de las empresas en la implementación de las buenas prácticas. 35.71% de los participantes realizó progresos significativos entre la implementación de las etapas.

La Secretaría de Turismo de México (2006) en su Estudio de Medición de Impacto al Programa de Calidad Moderniza, indica que el programa ha contribuido al mejoramiento del manejo de las empresas. Entre las empresas que participaron tenemos que el 58% son micro empresas, el 35% de la pequeña empresa y el 7% de la mediana empresa. Con relación al rubro al que pertenecen estas tenemos que el 44% son restaurantes; el 26% hoteles y 11% agencias de viajes, entre las más destacadas. Entre los principales resultados tenemos que después de implementar el programa Moderniza (M) presentan los siguientes resultados: la satisfacción de los clientes se incrementó en un 18%; la productividad en un 26%; el desperdicio se redujo en un 56%; los clientes se incrementaron en un 57%; las ventas en un 56%; otros aspectos que también se han visto favorecidos han sido la capacitación del personal; menor ausentismo del personal. Del total de empresas que concluyeron con el programa, el 70% señaló que el programa cumplió con sus expectativas y el 21% que las superó. En términos generales, se detectaron mejoras en los siguientes aspectos: mejor control del negocio; mejor imagen del negocio; integración del equipo de trabajo; mejora en los procesos de operación del negocio; mayor conocimiento de las necesidades de los clientes; innovación de productos y servicios.

El Instituto Aragonés de Empleo (s.f.), en su informe “Incidencia de la calidad en el sector servicios en Aragón”, empleó una entrevista semiestructurada que se aplicó a 116 responsables de la calidad de las empresas de servicios que hayan obtenido una certificación de calidad. Entre las empresas de servicios de Aragón que se vinculan con el turismo se consideró a las empresas hoteleras, siendo el número total 26. Se

determinó que a partir de la implantación de un sistema de gestión de calidad, los impactos en los clientes fueron favorables, puesto que se identificaron y determinaron los requisitos de los clientes; se observaron mejoras en el proceso de comunicación con el cliente y se dio la disminución de reclamaciones y quejas de los clientes.

## **2.1.- Las empresas turísticas**

Las empresas vinculadas al sector turismo son un elemento imprescindible del sistema turístico, cuya finalidad es proveer servicios a los turistas para su traslado y permanencia en los destinos turísticos, a cambio de un pago previamente establecido

Montaner (1996) señala que *“la empresa turística es aquella organización social, estructurada en los niveles de mando y funciones, que invirtiendo un capital tiene como fin producir y prestar unos servicios – viajes, alojamiento, transporte, manutención, etc.- y su posterior comercialización y venta en el mercado con el ultimo fin de obtener un beneficio.”* (p. 127)

Por otro lado, Ramírez (1994) considera a la empresa turística como *“toda organización debidamente integrada y estructurada por recursos materiales, económicos y humanos cuya finalidad es ofertar y proveer de los servicios del ocio,...., a cambio del pago por los mismos”*. (p. 70)

El turismo es parte del sector servicios, considerado como un servicio de exportación por su contribución a la generación de divisas. Para la Real Academia Española (2012) los servicios son una *“Prestación humana que satisface alguna necesidad social y no consiste en la producción de bienes materiales; un trabajo realizado por otras personas que proporciona satisfacción o disgusto a quien lo solicite.”* (s.p.).

De lo señalado se puede poner en relieve que el componente esencial para que se brinde un servicio es el capital humano, ya que es el personal quienes a través de actividades y procesos previamente definidas buscan satisfacer las necesidades de la



demanda o usuarios de determinado servicio, en el caso particular del turismo las necesidades se generan a partir del desplazamiento y estadía de los turistas en los destinos turísticos; así encontramos empresas orientadas a brindar servicios de transporte, viajes, alimentación, alojamiento, diversión entre otros.

En la actualidad existe una gran competencia en el sector turismo, situación que exige de las empresas un mayor compromiso por satisfacer las expectativas de los clientes e incluso ir más allá a través de un servicio excelente, al respecto De la Parra Paz (2006) señala que un “Servicio estándar: *Es aquel que el cliente espera normalmente recibir. Servicio extraordinario: Es aquel que el cliente no espera necesariamente recibir.*” (p. 70), bajo esta premisa es una obligación de las empresas del sector turismo, orientarse a brindar un servicio extraordinario lo cual se obtendrá a través de un diseño adecuado del servicio, al establecimiento de procesos y protocolos bien definidos y por sobre todo a la existencia de personal con las competencias idóneas.

Cuando se genera movimiento turístico se generan necesidades de transporte entre las zonas emisoras y el destino turísticos; muchos turistas aún hoy en día requieren de la orientación y asesoría sobre las mejores opciones de viajes, las que son brindadas por las agencias de viajes; una vez que el turista está en el destino turístico surgen diversas necesidades como un lugar donde pernoctar, empresas dedicadas a realizar paseos turísticos, lugares donde alimentarse entre otros; conociéndose las empresas destinadas a brindar servicios turísticos como planta turística.

En la Ley General de Turismo (2009) se establece que son prestadores de servicios turísticos las personas naturales o jurídicas que participan en la actividad turística, con la finalidad de brindar servicios turísticos directos de utilidad básica e indispensable para el desarrollo de las actividades de los turistas.

Las empresas turísticas tienen entre sus obligaciones:

- *Cumplir con las normas, requisitos y procedimientos establecidos para el desarrollo de sus actividades.*
- *Preservar y conservar el ambiente, los recursos naturales y culturales debiendo*

*prestar sus servicios en el marco de lo dispuesto en las normas que regulan dichas materias.*

*- Denunciar todo hecho vinculado con la explotación sexual comercial infantil y cualquier otro ilícito penal del cual tomen conocimiento en su actividad comercial.*

*- Informar a los usuarios, previamente a la contratación del servicio, sobre las condiciones de prestación del mismo, así como las condiciones de viaje, recepción, estadía y características de los destinos visitados.*

*- Prestar sus servicios cumpliendo las condiciones de prestación pactadas.*

*- Cuidar el buen funcionamiento y mantenimiento de todas sus instalaciones, así como la idoneidad profesional y técnica del personal, asegurando la calidad en la prestación del servicio.*

*- Cumplir con las disposiciones de salud, seguridad y protección al turista durante la prestación del servicio, asimismo facilitar el acceso a personas con discapacidad a los servicios turísticos referidos.*

*- Informar al turista acerca de las normas de conducta que debe observar para la preservación del patrimonio humano, natural y cultural, así como del medio ambiente.*

*- Facilitar oportunamente la información necesaria y consistente para actualizar el sistema de información turística.*

### **2.1.1.- Características del servicio en las empresas turísticas**

Las empresas del sector turismo comparten las siguientes características:

Manual CTN (2007)

**Intangibilidad:** Característica que se refiere a la condición subjetiva del servicio, no siendo factible tener una referencia del servicio antes de ser consumido.

**Consumo in situ:** Para que se puedan brindar los servicios el consumidor o turistas es quien debe desplazarse a las empresas.

**Inseparabilidad:** En el caso de los servicios, éstos son brindados y consumidos en simultaneo.

**Presentación personal:** El personal es uno de los factores clave en los servicios turísticos, siendo indispensable para el buen funcionamiento de la empresa.

**Variabilidad:** Los servicios varían de acuerdo a una serie de aspectos como las condiciones en las que se prestan, los responsables de brindarlos y la persona que los recibe.

**Perecibilidad:** Los servicios turísticos no pueden ser almacenados para ser consumidos con posterioridad, si no se consumen en momentos determinados, estos se pierden.

**No transmiten propiedad:** La adquisición de un servicio otorga a los usuarios la facultad de hacer uso del servicio por un tiempo definido y bajo parámetros previamente establecidos.

### **2.1.2. Clasificación de las empresas turísticas según su tipo**

Dentro de los servicios turísticos encontramos a los servicios de alojamiento, restauración, transporte turístico, agencia de viajes, centros de diversión y oficinas de información turística entre los más importantes.

**a) Establecimientos de hospedaje:** Según el Reglamento de establecimientos de hospedaje, MINCETUR (2004), es el 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. (p. 3). Los establecimientos de hospedaje están sujetos a clasificación y categorización; dentro de

las clases encontramos a hotel, apart- hotel, hostel y albergue; los cuales deben cumplir con una serie de requisitos para ser considerado como tales y para obtener la categorización respectiva que varía según cada tipo o clase, la que puede ir de una hasta cinco estrellas.

Cabe resaltar que además de estos establecimientos de hospedaje, el MINCETUR también contempla el alojamiento en casas particulares.

**b) Restaurante y afines :** MINCETUR (2004) “establecimiento que expende comidas y bebidas al público, preparadas en el mismo local” (p.2); no existe una clasificación de este tipo de establecimientos, sólo se indica como un tipo especial a los restaurantes turísticos, los cuales deben reunir condiciones especiales. Los restaurantes se categorizan de uno a cinco tenedores. Dentro de este tipo también se incluyen las cafeterías, los bares, etc.

**c) Agencias de viajes:** MINCETUR (2004) “Persona natural o jurídica que se dedica en forma exclusiva al ejercicio de actividades de coordinación, mediación, producción, promoción, consultoría, organización y venta de servicios turísticos, pudiendo utilizar medios propios o contratados para la prestación de los mismos. (p. 2) Las agencias de viajes no tienen categorías, pero si se encuentran clasificadas, encontrando a las agencias de viajes y turismo minoristas; agencias de viajes y turismo minoristas y operador de turismo.

### **2.1.3. Clasificación de las empresas turísticas según su tamaño**

Las empresas en general y las empresas turísticas en particular pueden ser grandes, medianas, pequeñas y micro empresas; en Perú la mayoría de las empresas del sector turismo corresponden a la micro y pequeña empresa.

#### **a) Micro y pequeña empresa**

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

extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Ley de promoción de la micro y pequeña empresa, 2015)

Según lo indicado en la Ley de Promoción de la micro y pequeña empresa (2005), la micro empresa presenta ventas hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias UIT. Por su parte, la pequeña empresa a partir de monto máximo señalado para las micro empresas y hasta 1700 Unidades Impositivas Tributarias UIT.

### **a.1) Contexto de las Mypes**

Casanueva, García y Caro (2000), consideran que uno de los aspectos que condicionan a la empresa turística al momento de realizar su actividad es el tamaño. Es así que las empresas del sector turismo que tienen un menor tamaño, enfrentan una serie de inconvenientes derivados del mismo.

Entre las desventajas que presenta la pequeña y micro empresa turística asociada a su dimensión tenemos:

- Por su dimensión las Mypes se ven imposibilitadas de acceder a economías de escala; limitando el acceso a costos de productos y servicios más bajos, impidiendo que puedan competir en el mercado con una estrategia basada en costos.
- Limitación para acceder a los recursos materiales, financieros y recursos humanos y tecnológicos.
- Poder de negociación con proveedores y clientes restringido.
- Los propietarios de las empresas carecen de formación en gestión empresarial, no poseen las habilidades requeridas y carecen de experiencia en el sector.
- Las pequeñas empresas desarrollan su actividad sin una visión de futuro, concentrándose en el día a día, lo cual se traduce en la poca importancia que se le da a la planificación.
- Las Mypes tienen una organización bastante simple, en donde no existe la especialización y la toma de decisiones se encuentra centralizada.

- Recurso humano con poca o nula especialización y no se le otorga la importancia debida a la formación.
- Los procesos y tecnologías no están consideran las innovaciones más recientes.
- La comercialización de los servicios turísticos se lleva a cabo con dificultad.

Casanueva, García y Caro (2000), establecen que, a pesar de las desventajas señaladas, la pyme turística posee una ventaja principal, la cual, utilizándose de forma adecuada, permitirá a la empresa desarrollar de forma exitosa su actividad. Ésta es la flexibilidad. Siendo ésta la capacidad de la empresa para en un corto plazo y con un bajo costo se pueda adaptar a los cambios. Es así que entre las ventajas de las Mype tenemos:

- Las empresas turísticas de pequeño tamaño se encuentran más cercanas al cliente.
- La pyme turística tiene una orientación comercial clara. Siendo empresas de servicios, las que trabajan directamente con el cliente.
- La organización simple y centralizada posibilita cambios a más corto plazo, las decisiones se toman con mayor rapidez.
- La pyme turística tiene un gran potencial para desarrollar o asimilar innovaciones tecnológicas de bajo coste y al alcance de sus recursos, sobre todo en los aspectos de prestación de servicios o de gestión.

Las pymes del sector turismo cuentan con una serie de limitaciones, la mayoría de las cuales están relacionadas al tamaño de la empresa y sus recursos disponibles.

## **2.2.- La calidad en las empresas turísticas**

García, F., García, P., y Gil (2011), indican que cuando se habla de calidad es

referirse a una forma de ver y hacer las cosas que se aplica a absolutamente todos los sectores económicos, donde las empresas se orientan a un “trabajo bien hecho”, lo cual es impulsado por una demanda que cada vez cuenta con mayor información y es más exigente con los servicios y productos, además de la competencia que cada día es más fuerte y se encuentra mejor organizada. Bajo estos parámetros, las empresas tienen como única estrategia para mantenerse en el mercado es apostar por la calidad.

Para Martín (2004), la calidad se define como el grado en que las características especificadas de un producto o servicio se acercan a las características logradas. Por su parte, Crosby (1987), considera que se debe definir la calidad como el cumplimiento de requisitos, los que deben definirse con claridad, impidiendo que se malinterpreten. Luego de definir los requisitos se deberán tomar medidas de forma permanente con el propósito de definir el cumplimiento con los requisitos. Si no se cumple con los requisitos eso se traduce en falta de calidad

García, F. y otros (2011), consideran que calidad viene a ser el nivel de excelencia que las empresas han definido con el objetivo de satisfacer las expectativas y necesidades de sus clientes. Con ella se busca establecer un sistema del cual participen cada una de las áreas e integrantes de la empresa, además que posibilite identificar el origen de los defectos, con el propósito de disminuir costos y satisfacer a los clientes.

Con lo señalado queda sentado que la calidad de una empresa turística no se restringe a un aspecto en particular, puesto que considera el cumplimiento de estándares de las diferentes áreas de la empresa, los cuales pueden ser tangibles o intangibles; sobre el particular, Martín (2004), indica que la calidad debe buscarse de modo integral, incluyendo cada uno de los niveles de la organización, es decir, se debe buscar lograr la llamada “calidad total”. La calidad total viene a ser el control de calidad a todas las operaciones y servicios de la empresa, con la participación de todos los colaboradores. Su principio es “hacer las cosas bien a la primera”, evitando incurrir en errores o incumplimientos. En el sector turístico, la calidad del servicio no puede atribuirse únicamente a las estructuras, sistemas, instalaciones, etc. Sino que dependerá de una adecuada gestión de la calidad de forma integral; el éxito del servicio se basará en que cada una las personas que forman parte de la organización cumplan adecuadamente sus responsabilidades en el puesto o nivel que ocupen en la organización.

Ramírez (2002), señala que hablar de calidad es mirar más allá de la propia organización, puesto que la calidad además de incluir los elementos de la propia empresa, abarcando una responsabilidad de la organización turística y de las empresas que le proveen algún bien o servicio.

Según lo indicado, la calidad está orientada a la satisfacción de los clientes, sobre esto, Ramírez (2002), considera que al igual que las personas, la empresa turística consolida con el tiempo una personalidad definida. La filosofía de calidad se orienta a buscar el consenso de metas y valores que posibiliten a la empresa obtener la satisfacción plena de sus clientes, los proveedores y de su personal.

Ramírez (2002), establece que la calidad total no debe ser confundido con el lujo, sino como la satisfacción de requerimientos, implicando que in importar la procedencia de la demanda, el servicio se debe dar atendiendo a sus necesidades lo cual no se debe traducir en el incremento de los precios. La calidad total empuja a la empresa a incrementar los costos de calidad a través de la prevención y a eliminar los costos de un mal servicio. Para obtener la calidad total es necesario disponer de una normatividad que sirva de parámetro para el rendimiento y el servicio. Las normas de calidad son reglas de acción, las que deben basarse en los requerimientos de los turistas, debiendo ser claras y precisas y deben ser conocidas por todos.

### **2.2.1.- Tipos de calidad**

La norma ISO 9000:2000 establece que en la praxis, existen dos tipos de calidad:

- Calidad externa, orientada a la satisfacción de los usuarios. Lo que implica brindar productos o servicios que logren satisfacer las necesidades y expectativas del cliente con el objetivo de lograr su lealtad. Quienes se benefician de la calidad externa son los clientes y socios externos de la empresa, siendo indispensable escuchar a los clientes y además, considerar las necesidades que los clientes no expresen pero que se encuentran implícitas.
- Calidad interna, la cual se enfoca al mejoramiento de la forma de operar de la compañía, es decir de su funcionamiento interno. El objetivo de la calidad



interna es establecer los medios que permitan el mejor funcionamiento de la empresa y limitar algún funcionamiento incorrecto. Con la calidad interna se benefician la administración y los propios empleados de la empresa.

Por lo señalado, el objetivo de la calidad es proporcionar al cliente una oferta adecuada, la que incluya procesos controlados, garantizando que esta mejora no signifique costos adicionales.

Lefcovich (2009), menciona que la calidad debe incluir todos los aspectos de la empresa. Si no se logra la calidad interna, no se podrá ofrecer una calidad apropiada a los clientes externos.

### **2.2.2- Evaluación de la calidad del servicio en empresas turísticas**

Como se ha visto, la importancia de la calidad en las empresas de servicios turísticos es vital para su éxito en el mercado, en ese sentido evaluar la calidad del servicio es imprescindible, a partir de la cual se podrán determinar aspectos que requieren ser mejorados, al respecto Ramírez (2002), considera que la calidad del servicio turístico debe evaluarse de forma permanente. En el mismo sentido, Casanueva, García y Caro (2000) establecen que para determinar si las acciones realizadas son exitosas y poder mejorarlas, se hace necesario realizar una evaluación que permita determinar el nivel de cumplimiento.

Por otro lado, Martín (2004), indica que se debe medir la calidad de la organización turística a fin de determinar si se aproxima o no al nivel de calidad que se haya determinado, para lo cual se debe considerar los estándares básico que la empresa debe cumplir en cuanto a su infraestructura y lo relacionado a la gestión interna, estos requisitos son llamados por los autores como estándares de calidad. De lo señalado anteriormente se debe destacar que la evaluación de la calidad se debe dar de forma integral, incluyendo todos los aspectos de la empresa.

García, F., García P., y Gil (2011), consideran que a pesar de que las empresas turísticas brinden un servicio y éste tiene componentes intangibles, éstos también son

factibles de ser evaluados.

Para Ramírez (2002), controlar la calidad es parte de la función del control administrativo, incluyendo la observación, orientación, supervisión y medición del desempeño de cada uno de los colaboradores de la empresa, así como del estado de los medios y el cumplimiento de las normas y los procedimientos. Evaluar la calidad requiere la participación de todos los integrantes de la empresa, además del personal externo dentro de los que tenemos a los proveedores y turistas.

Evaluar la calidad se ha convertido en una necesidad del quehacer empresarial, es el punto de partida para proponer mejoras en el servicio, Ramírez (2002), establece que el control o evaluación es una función operativa sin la cual no se podría hacer posible lograr la calidad, sin el control no se podrían llevar a cabo planes que contribuyan al mejoramiento y aseguramiento, los cuales se logran a través del seguimiento y la retroalimentación de forma permanente.

De la Parra Paz (1995), señala que las empresas requieren valorar sus servicios, a partir de la determinación de las condiciones en las que se viene brindando, se pueden proponer las mejoras que sean, si no se llevan a cabo mediciones, muy difícilmente se podrán poner en marcha acciones acertadas para mejorarlo. Considera que medir la calidad de los servicios es más complejo que en los productos; ya que se puede determinar con facilidad cuando un producto es bueno o tiene algún defecto, mientras que si se trata de servicios no es tan fácil saberlo. En un contexto tan competitivo las empresas no tienen otra salida que no sea el establecer mecanismos que les permita llevar a cabo la medición de sus servicios, el no hacerlo puede representar el fracaso o el bajo rendimiento empresarial.

Para De la Parra Paz cuando se aborda el tema de la calidad del servicio nos referimos a un resultado, un estado que se desea alcanzar y mantener, en ese sentido la evaluación de a calidad brindan información sobre si se está haciendo lo correcto para lograr lo propuesto.

Lefcovich (2009), señala que se hace necesario diferenciar entre los controles de resultados y los de procesos. Siendo que los controles de resultados se enfocan a

verificar el resultado final del proceso, mientras que el control de procesos se enfoca al funcionamiento de los procesos y la calidad de los insumos, como resultado del aseguramiento de la calidad de los procesos e insumos se asegura la calidad del resultado final. Cuando nos referimos al proceso de control debemos distinguir tres etapas, la primera se refiere a la obtención de los datos a través de las mediciones, en una segunda etapa se procesa la información obtenida y en la tercera se adoptan medidas para corregir las causas de los problemas identificados.

Una de las metodologías que se emplean para evaluar la calidad de las empresas de turismo, se basa en las buenas prácticas, por medio de la cual las empresas participan de un sistema por el cual tienen la posibilidad de obtener una certificación al final del proceso, siempre y cuando se cumplan con un porcentaje definido de estándares.

Mincetur (2012), establece que la evaluación de la calidad de los servicios es el proceso de ponderación del cumplimiento de las buenas prácticas, siendo su objetivo certificar si la empresa turística cumple con la implementación de procesos, conocimientos y valores, los cuales son definidos como buenas prácticas, por otro lado, tienen carácter selectivo ya que posibilitan calificar el desenvolvimiento de la empresa a fin de brindarle una certificación por la calidad de los servicios que ofrece.

#### **2.2.4.- Estándares de calidad en el servicio de las empresas turísticas**

Marketing Publishing (2007), considera que la estrategia que puede poner en práctica la dirección de la empresa para controlar la calidad de sus servicios es definiendo objetivos, normas y estándares que reflejen la calidad esperada de sus servicios, con lo cual se estaría evitando tener que realizar un control minucioso a cada uno de los empleados y a los procesos. Los objetivos, normas y estándares cumplen tres funciones: establecen los parámetros de calidad que debe lograr la organización, para lo cual se basa en las expectativas de los clientes; permiten medir los niveles de calidad que se logran en la empresa e indican a los colaboradores las características específicas que debe poseer el servicio.

Para De la Parra Paz (1995), cuando en la empresa turística se han definido el

mayor número de aspectos, es cuando se establecen normas para determinar las condiciones del servicio. Las normas permiten que tanto empleados, directivos y clientes sepan de antemano los aspectos vinculados al servicio; es así que los empleados sabrán lo que deben hacer y cómo serán evaluados, los clientes lo que recibirán de la empresa y el proceso de supervisión será más concreto y objetivo. Según el autor, la definición de las normas está integrado por; finalidad o propósito, describir lo que se espera y hacer medible el servicio.

Para Hospitality & Service University (s.f.) se define a un estándar de servicio como un estatuto medible que describe un nivel de servicio esperado o deseado por el cliente, lo básico que debería ser; en ese sentido, los estándares deben establecerse para el beneficio de los consumidores, de los colaboradores y de la propia empresa. Cuando un servicio se basa en estándares que logran satisfacer las expectativas de los clientes, éstos recibirán un servicio consistente de forma constante. En lo que respecta a los empleados, los estándares describirán el comportamiento que se considera excelente.

Los estándares pueden ser adaptados y mejorados de forma permanente, con el objetivo de responder a los cambios del contexto en el que se desenvuelve la empresa y a las nuevas exigencias de los clientes. Éstos se pueden establecer para diferentes instancias y necesidades del proceso de servicio, como el comportamiento de los empleados de contacto con el cliente, las características del equipamiento y las instalaciones, etc.

### **2.3. Las buenas prácticas en el servicio de las empresas turísticas**

Las buenas prácticas han sido sistematizadas en diferentes países, las cuales se vienen difundiendo como una estrategia para lograr servicios turísticos de calidad; para Mincetur (2012), según el Departamento de Operaciones de Mantenimiento de la Paz de Naciones Unidas: Una buena práctica es “una forma de hacer que ha probado su efectividad en una situación y puede ser aplicable en otra”, su principio fundamental es ser de utilidad para generar nuevas ideas o bien para constituirse en guía con el objetivo de lograr prestar un mejor servicio. Es así que una buena práctica posibilita a las organizaciones turísticas aplicar las experiencias exitosas de otras empresas a su organización.

Mincetur señala que éstas no han sido inventadas ni se han generado desde el escritorio, por el contrario, se han identificado y sistematizado a partir observar y analizar las experiencias exitosas, de tal forma que se constituyan en modelos de actuación, permitiendo que el empresario se inspire para mejorar la calidad del servicio que brinda, para el Servicio Nacional de Turismo de Chile – SERNATUR (2011), una buena práctica permiten prevenir, corregir y/o mejorar algunos campos del desarrollo turístico. Se pueden implementar en todas las áreas de servicios y operaciones de la empresa. MINCETUR (2010), señala que se trata de modelos de experiencias positivas a través de las cuales se han generado buenos resultados y son organizadas con el objetivo de que, de acuerdo a cada empresa y la situación particular, se de la posibilidad de ser replicadas por otras empresas.

Van Duynen y Carré (2011), señalan que las buenas prácticas vienen a ser lineamientos que permiten la mejora continua, las cuales desde las empresas turísticas deberían aplicar en sus procesos y gestión. Con la aplicación de las buenas prácticas no sólo se beneficia la empresa turística sino también los clientes, el medio ambiente y el entorno socio cultural.

### **2.3.1.- Beneficios de las buenas prácticas**

Van Duynen, y Carré (2011), señalan que las buenas prácticas representan beneficios tanto para la empresa como para los usuarios de los servicios. La empresa turística mejora la calidad de sus servicios, así como su imagen y la del destino turístico donde opera. Por otro lado, las buenas prácticas permiten un mejor desempeño económico y social lo cual representa ahorros importantes para la empresa. Asimismo, se da la oportunidad de acceder a nuevos mercados al ofrecer un servicio diferenciado y amigable con el medio ambiente y la comunidad. Desde el punto de vista del cliente, ésta valorará de forma positiva que la empresa cumpla con las buenas prácticas.

Promperú (2006), considera como beneficios de las buenas prácticas para las empresas:

- El control del consumo de recursos y al ser los procesos más efectivos se produce un ahorro significativo.

- El respeto al medio ambiente y la sociedad se traduce en una mejor imagen.
- La empresa puede acceder a nuevos mercados, los cuales son más exigentes y especializados.
- Al constituirse en una negocio sustentable y amigable con el medio ambiente, se mejora la competitividad.
- Proteger el ambiente, para mantener el bienestar de la vida en nuestro planeta.
- Existe una mejor relación con las comunidades locales.

Por su parte SERNATUR- Chile (2011), señala entre los beneficios de la aplicación de las buenas prácticas:

- Disminución de costos variables de la empresa turística.
- Mayor competitividad en las empresas turísticas, debido al mejoramiento en la calidad del servicio y su relación positiva con el medio ambiente y las comunidades locales.
- Contribuye a sensibilizar a clientes, colaboradores y proveedores sobre la importancia de tener una visión sostenible.
- Desarrollar y fomentar buenas relaciones dentro de la comunidad local y con comunidades aledañas.
- Proteger y conservar el medio ambiente y sus recursos naturales.

### 2.3.2.- Características de las buenas prácticas

Para Mincetur (2012), para que las buenas prácticas puedan ser ejemplos positivos y consigan influir y constituirse en modelo para otras organizaciones, deben tener las siguientes características:

- **Innovación o creatividad:** las buenas prácticas proponen procesos, formas de trabajos, técnicas y procedimientos innovadores.
- **Eficacia/impacto:** una buena práctica es logra alcanzar los objetivos que se propone.
- **Replicabilidad:** los procesos y recursos que la componen pueden ser aplicados

por otras empresas en otros contextos.

- **Sostenibilidad:** los procesos y los resultados obtenidos tienen continuidad y permanencia.
- **Pertinencia:** tiene que ver con que tan acertada y oportuna es la experiencia efectuada como solución a las oportunidades de negocios, a las necesidades y expectativas de los clientes, a la problemática del sector y al entorno donde se desempeña la experiencia.
- **Eficiencia y ejecución:** se refiere a la capacidad de lograr los resultados esperados empleando tiempo, energía y recursos mínimos.

### **2.3.3.- Estándares de servicio derivados de las buenas prácticas**

#### **2.3.3.1. Estándares de buenas prácticas en la gestión administrativa**

Casanueva, García y Caro (2000), consideran que la administración es el proceso de ejecutar actividades con la intervención de colaboradores y por medio de ellas de manera eficaz y eficiente. Por su parte, Rainforest Alliance (s.f.), establece que ésta hace posible la organización de las empresas y la gestión de los recursos, procesos y resultados de sus actividades. En ésta se basa el funcionamiento de las empresas, si el responsable de la empresa no sabe administrarla, no se podrán obtener los resultados esperados. La sostenibilidad de la empresa se debe en parte a este eje, ya que no es suficiente con tener disponibilidad de recursos, puesto que se hace necesario el desarrollo de formas de gestión que posibiliten lograr los objetivos definidos.

#### **2.3.3.2 Buenas prácticas en equipamiento e infraestructura**

Martín (2004), considera que el factor humano es determinante para generar calidad, además se deben considerar aspectos tangibles, debiendo prestar atención a las instalaciones, equipamiento y materiales de la empresa y, vinculados con éstos, a la higiene y la seguridad.

Hospitality & Service University (s.f.), sobre el soporte físico, considera que viene a ser el espacio en el cual el personal se pone en escena, siendo su objetivo propiciar que el proceso de interacción entre el personal de contacto y el cliente se lleva a cabo de la mejor manera, favoreciendo y motivando el comportamiento y las actitudes necesarias para que se de un buen servicio.

Por otro lado, Rainforest Alliance (2006), considera la infraestructura efectiva debe aprovechar los recursos tanto naturales como culturales de la zona en la que se llevan a cabo sus actividades, propiciando el ahorro y limitando los impactos negativos en el medioambiente.

### **2.3.3.3. Buenas prácticas en gestión del servicio**

Podemos definir a los servicios como prestaciones personales cuyo objetivo es satisfacer las necesidades de los clientes. Para Mincetur (2010), el servicio viene a ser el resultado de una sucesión de actos en los que interactúan el cliente, el soporte físico y el personal de contacto, atendiendo a procesos que se han definido previamente, siendo su propósito el logro comercial de la empresa a través de la satisfacción de las necesidades del consumidor.

### **2.3.3.4. Buenas prácticas en gestión medioambiental**

Casanueva, y otros (2000), señalan que el medio ambiente se constituye en uno de los factores que condicionan a la empresa turística. Muchas empresas turísticas dependen de él y de su estado de conservación. Muchas empresas de turismo han sido consideradas como las causantes de problemas ambientales, pero cabe señalar que pueden convertirse en un factor que promueve al cuidado medioambiental, a través de modalidades de turismo sostenibles o de la aplicación de consideraciones ambientales en las empresas turísticas.

MINCETUR (2012), indica que las buenas prácticas ambientales son un conjunto de pautas y recomendaciones que contribuyen a que el entorno no sea afectado por la operación turística. Éstas se aplican como medidas que previenen riesgos ambientales que se relacionan a acciones realizadas, además de la ejecución repetida de



acciones positivas que ayudan a reducir el impacto ambiental de las actividades cotidianas.

Ramírez (1994), establece que la empresa turística ejerce influencia en el ambiente ecológico. El alcance de esta influencia puede ser positivo o negativo según el tipo de gestión, el tamaño de la empresa y la concientización sobre el aspecto ecológico. El medio ambiente es muy importante para el turismo, ya que el producto turístico se basa en el ambiente natural, la salubridad y la naturaleza no contaminada. En ese contexto la empresa turística debe promover el cuidado ambiental, para lo cual deberá capacitar, preparar, modificar y realizar inversiones en función a la recuperación del espacio natural.

#### **2.3.3.5. Buenas prácticas en gestión socio-cultural**

Para Rainforest Alliance (s.f.), la comunidad se constituye en un referente de mercado. Las empresas turísticas se desarrollan en un entorno social, razón por la cual la relación entre empresa turística y el entorno sociocultural debe ser una base sólida, que permita cumplir la responsabilidad social y aportar para el desarrollo del entorno, beneficiándose ambas partes. Por su parte Casanueva y otros (2000) establece que los elementos sociales y culturales poseen una incidencia directa en el sector turístico.

Rainfores Alliance (2006), indica que las empresas turísticas no pueden desarrollar su actividad como un elemento ajeno y desconectado se la comunidad, degradándolo y perturbándolo. Los recursos turísticos deben ser utilizados retornando algo a cambio a la comunidad, la empresa turística debe mantener una participación activa en el desarrollo de las comunidades invirtiendo y realizando proyectos y brindando empleo digno a los miembros de la comunidad.

### **III.- METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y nivel de la investigación**

El metaanálisis se desarrolló a través de la revisión de los resultados de las tesis presentadas por los estudiantes de Tesis IV y Taller de Investigación IV de la Carrera Profesional de Administración Turística, se incluyeron empresas de restauración y agencias de viajes ubicadas en la región Áncash.

Las investigaciones incluidas en el meta análisis corresponden a investigaciones de tipo mixta (cualitativa y cuantitativa) puesto que se han obtenido tanto datos de tipo cuantitativo como cualitativos, Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (2010) indican “Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio.

El nivel de las tesis corresponde a un nivel descriptivo, Hernández Sampieri, y otros (2010) señalan “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”. (p. 80)

#### **3.2. Diseño de la investigación**

El metaanálisis adopta un diseño transversal, al respecto Hernández Sampieri, y otros (2010) indican que los diseños de investigación transversal 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. Es como tomar una fotografía de algo que sucede. (p.151)

### **3.3. Casos**

Los casos investigados corresponden a 5 micro y pequeñas empresas turísticas dedicadas a brindar los servicios de restauración y agencia de viajes ubicadas en Chimbote y Nuevo Chimbote.

### **3.4 Definición de las variables**

#### **3.4.1. Definición conceptual**

##### **a) Evaluación de la calidad del servicio**

Para Mincetur (2012) el proceso de evaluación es el proceso de valoración del nivel de aplicación de las buenas prácticas, tienen por finalidad acreditar si la empresa está aplicando los procedimientos, conocimientos y valores sistematizados como buenas prácticas de las empresas en turismo.

##### **b) Estándares derivados de las buenas prácticas**

Hospitality & Service University (s.f.) en el Manual de Estándares de Servicio, señala que un estándar de servicio se puede definir como un estatuto mensurable que describe un nivel de servicio deseado (lo mínimo que debería ser). Por otro lado, Mincetur (2012), señala que según el Departamento de Operaciones de Mantenimiento de la Paz de Naciones Unidas: Una buena práctica es “una forma de hacer que ha probado su efectividad en una situación y puede ser aplicable en otra”, tiene como principio fundamental ser útil para estimular nuevas ideas o para actuar como guía con el propósito de conseguir mayor eficacia y eficiencia en el servicio que se presta. Es este sentido, una buena práctica permite a las empresas aprender de las experiencias y aprendizajes exitosos de otros y aplicarlos en su contexto de manera más amplia. (p.13)

##### **- Buenas prácticas en la gestión administrativa**

Rainforest Alliance (s.f.) señala que la administración permite la organización de las empresas y gestiona los recursos, procesos y resultados de sus actividades. Es la base de todo el funcionamiento de una empresa; si las personas responsables de la empresa no saben administrarla, no se obtendrán los resultados deseados...Este eje es de gran importancia para la sostenibilidad de la empresa, puesto que no basta con tener los recursos, es indispensable desarrollar esquemas de gestión que permitan alcanzar los objetivos de sostenibilidad que se definan, ya que únicamente las organizaciones que implementen prácticas adecuadas de administración, aseguran el éxito de sus objetivos.

#### **- Buenas prácticas en equipamiento e infraestructura**

Hospitality & Service University ( s.f.) refiriéndose a la infraestructura, señala que el Soporte Físico es el escenario en el que serán puestos los actores (el personal de la tienda, banco, hotel, restaurante, etc.), y su objetivo es facilitar la interacción entre el Personal en Contacto y el cliente, y favorecer y motivar las actitudes y comportamientos que condicionan un buen servicio. (p. 3).

#### **- Buenas prácticas en gestión del servicio**

Mincetur (2010) señala que el servicio es el resultado de una sucesión de actos en los cuales interaccionan el cliente, el soporte físico y el personal de contacto, de acuerdo a procesos y procedimientos previamente establecidos, que buscan la satisfacción del consumidor y el logro comercial de la empresa prestataria. (p.75)

#### **- Buenas prácticas en gestión medioambiental**

Mincetur (2012) manifiesta que las buenas prácticas ambientales se definen como un conjunto de pautas y recomendaciones que contribuyen a una mejor calidad de vida en el entorno; aplicadas, principalmente, a través de medidas preventivas que eviten riesgos ambientales asociados a cualquier acción realizada, así como por la ejecución repetida de experiencias positivas que reducen el impacto ambiental de las

actividades cotidianas.

### - Buenas prácticas en gestión socio cultural

Rainfores Alliance (2006), indica que una empresa no puede comportarse como una isla que perturba y degrada el entorno social y cultural. No deben usarse los recursos turísticos sin retornar algo a cambio. La empresa debe participar activamente en el desarrollo de las comunidades vecinas, invertir, realizar proyectos y mejorar la infraestructura turística, dar trabajo y capacitar a las comunidades locales. (p. 34)

#### 3.4.2.- Definición operacional

Variable	Dimensión	Indicadores Restaurantes	Indicadores Agencia de viajes	Medición
Calidad del servicio	Buenas prácticas en la gestión administrativa	56	56	Cumple/No cumple
	Buenas prácticas en equipamiento e infraestructura	54	20	Cumple/No cumple
	Buenas prácticas en gestión del servicio	114	38	Cumple/ No cumple
	Buenas prácticas medioambientales	24	24	Cumple/No cumple
	Buenas prácticas socioculturales	13	13	Cumple/No cumple

### 3.5 Técnicas e instrumentos

La técnica empleada para la elaboración del metaanálisis es la revisión documental, ya que se basa en los resultados de las tesis presentadas por los estudiantes de la asignatura de Tesis IV y Taller de Investigación IV de la Carrera Profesional de

Administración Turística; en los que se emplearon las técnicas de la entrevista, la observación y la revisión documental, los instrumentos empleados son: guía de entrevista estructurada; cuestionario y 5 guías de observación. El instrumento empleado para la elaboración del metaanálisis son fichas de revisión documental en las que se organizará la información sobre la historia, organización, oferta, demanda, perfil del personal y cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas.

### **3.6. Procedimientos de recolección de datos**

Para la recolección de información los estudiantes han coordinado con los propietarios de los establecimientos, dando formalidad a la actividad a través de un documento expedido por la Coordinación de Investigación de la carrera; posteriormente se procedió a realizar la entrevista al propietario del establecimiento para obtener información sobre la historia, oferta, demanda y organización de la empresa; en un segundo momento se aplicó el cuestionario a todo el personal de la empresa para obtener la información referente al perfil del personal; finalmente se aplicaron las guías de observación con el apoyo del propietario y del personal de la empresa con la finalidad de obtener información sobre el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas.

### **3.7. Análisis de datos**

La información obtenida a través de la revisión de los resultados de las tesis se sistematizó en tablas y figuras estadísticas empleando para ello Microsoft Excel 2010.

### 3.8.- Matriz de consistencia

Pregunta de investigación	Objetivos de investigación	Variables y dimensiones	Caso	Diseño	Instrumento
¿Cuál es la calidad del servicio de las empresas turísticas de la región Áncash, en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2017?	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Evaluar la calidad del servicio de las empresas turísticas de la región Áncash, en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas en el año 2017.</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Describir las principales características de las empresas turísticas de la región Áncash, relacionadas a su historia, organización, oferta, demanda y perfil del personal.</li> <li>• Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión administrativa de las empresas turísticas de la región Áncash en el año 2017.</li> </ul>	<p>Evaluación de la calidad del servicio</p> <p>Cumplimiento de buenas prácticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestión administrativa.</li> <li>-Equipamiento e infraestructura.</li> <li>-Gestión del servicio.</li> <li>-Gestión medio ambiental.</li> <li>-Gestión socio cultural</li> </ul>	Micro y pequeñas empresas dedicada a brindar servicios turísticos de Chimbote y Nuevo Chimbote	<p><b>Tipo:</b> Estudio de casos</p> <p><b>Nivel:</b> Descriptivo</p> <p><b>Diseño:</b> Transversal</p>	Revisión documental

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al equipamiento e infraestructura de las empresas turísticas de la región Áncash en el año 2017.</li> <li>• Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión del servicio de las empresas turísticas de la región Áncash en el año 2017.</li> <li>• Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión medioambiental de las empresas turísticas de la región Áncash en el año 2017.</li> <li>• Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión socio-cultural de las empresas turísticas de la región Áncash en el año 2017.</li> </ul>				
--	--	--	--	--	--



### 3.9.- Principios éticos

El informe de metaanálisis presentado considera los principios de confiabilidad, confidencialidad y respeto a la persona humana; los que fueron aplicados en las investigaciones llevadas a cabo por los estudiantes de la Carrera Profesional de Administración Turística de la ULADECH CATÓLICA, las que han sido incluidas en la redacción de este documento.

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

## IV.- RESULTADOS

### 4.1.- Resultados

#### 4.1.1.- Principales características de las empresas turísticas de la región Áncash

##### Cuadro 1

Características de las empresas turísticas de la región Áncash en el año 2017

N°	Código	Ubicación	Fecha de Creación	Tipo de empresa	Categoría
1	REST A	Nuevo Chimbote	2014	Restaurante	-
2	REST B	Nuevo Chimbote	2013	Restaurante	-
3	REST C	Nuevo Chimbote	1995	Restaurante	-
4	AVT A	Chimbote	2014	Agencia de viajes	-
5	AVT B	Chimbote	2009	Agencia de viajes	-

**Fuente:** Guías de entrevista aplicadas por los investigadores 2017.

Como se puede apreciar en el Cuadro 1, sobre las características de las empresas de la región Áncash, tenemos que los restaurantes funcionan desde los años 1995, 2013 y 2014 respectivamente, mientras que las agencias de viajes desde el 2009 y 2014.

##### Cuadro 2

Organización de las empresas turísticas de la región Áncash, 2017.

N°	Código	Organigrama		Cantidad de Personal
		Si	No	
1	REST-A		X	8
2	REST-B		X	4
3	REST-C		X	8
4	AVT - A		X	4
5	AVT- B		X	2

**Fuente:** Guías de entrevista aplicadas por los investigadores 2017.

Como se aprecia la totalidad de empresas turísticas no posee un organigrama definido, por otro lado, el personal que poseen va desde 2 hasta 8 colaboradores.

#### 4.1.2.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en gestión administrativa de las empresas turísticas de la región Áncash, 2017

**Tabla 1**

Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en gestión administrativa de las empresas turísticas de la región Áncash 2017

N°	Código	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
		Evaluados	Cumple	No Cumple	Evaluados	Cumple	No Cumple
1	AVT-A	56	32	24	100,0%	57,0%	43,0%
2	AVT-B	56	36	20	100,0%	64,0%	36,0%
3	REST-A	56	46	10	100,0%	82,0%	18,0%
4	REST-B	56	41	15	100,0%	73,0%	27,0%
5	REST-C	56	29	27	100,0%	52,0%	48,0%
6	PROMEDIO	56	37	19	100,0%	66,0%	34,0%

**Fuente:** Guías de entrevista aplicadas por los investigadores 2017.

Como se aprecia en la Tabla 1 sobre el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión administrativa de las empresas turísticas de la región Áncash en el año 2017, tenemos que de los 56 estándares evaluados, la AVT-A cumple con el 57,0% y la AVT-B cumple con el 64,0%; por otro lado, el REST-A cumple con el 82,0%; el REST-B con el 73,0% Y el REST-C cumple con el 52,0%, en promedio, las empresas turísticas de la región Áncash cumplen con el 66,0% de estándares.

**4.1.3.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en equipamiento e infraestructura de las empresas turísticas de la región Áncash, 2017**

**Tabla 2**

Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en equipamiento e infraestructura de las agencias de viajes y turismo de la región Áncash 2017

N°	Código	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
		Evaluidos	Cumple	No Cumple	Evaluidos	Cumple	No Cumple
1	AVT-A	20	10	10	100,0%	50,0%	50,0%
2	AVT-B	20	15	5	100,0%	75,0%	25,0%
5	PROMEDIO	20	13	7	100,0%	62,0%	38,0%

**Fuente:** Guías de entrevista aplicadas por los investigadores 2017.

En la Tabla 2 sobre el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en equipamiento e infraestructura en las agencias de viajes y turismo de la región Áncash, tenemos que de los 20 estándares evaluados la AVT-A cumple con el 50,0% y la AVT-B con el 75,0%, en promedio se tiene un cumplimiento del 62,0% de estándares.

**Tabla 3**

Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en equipamiento e infraestructura de las empresas de restauración de la región Áncash 2017

N°	Código	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
		Evaluidos	Cumple	No Cumple	Evaluidos	Cumple	No Cumple
1	REST-A	54	46	8	100,0%	85,0%	15,0%
2	REST-B	54	43	11	100,0%	80,0%	20,0%
3	REST-C	54	24	30	100,0%	44,0%	56,0%
6	PROMEDIO	54	38	16	100,0%	70,0%	30,0%

**Fuente:** Guías de entrevista aplicadas por los investigadores 2017.

En la Tabla 3 sobre cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en equipamiento e infraestructura de las empresas de restauración de la región Áncash, tenemos que, de los 54 estándares evaluados, el REST-A cumple con el 85,0% de los estándares; el REST-B con el 80,0% y el REST-C con el 44,0%, en promedio las empresas de restauración de la región Áncash cumplen con el 70,0% de estándares de equipamiento e infraestructura.

#### 4.1.4.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en gestión de servicio de las empresas turísticas de la región Áncash, 2017

**Tabla 4**

Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en gestión del servicio en las agencias de viajes y turismo de la región Áncash 2017

N°	Código	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
		Evaluados	Cumple	No Cumple	Evaluados	Cumple	No Cumple
1	AVT-A	38	31	7	100,0%	82,0%	18,0%
2	AVT-B	38	37	1	100,0%	97,0%	3,0%
3	PROMEDIO	38	34	4	100,0%	89,0%	11,0%

**Fuente:** Guías de entrevista aplicadas por los investigadores 2017.

En la Tabla 4 sobre cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión del servicio de las agencias de viajes y turismo de la región Áncash, tenemos que, de 38 estándares evaluados, la AVT-A cumple con el 82,0% y la AVT-B con el 97,0%, en promedio se tiene un cumplimiento del 89,0% de estándares evaluados.

**Tabla 5**

Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en gestión del servicio en las empresas de restauración de la región Áncash 2017

N°	Código	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
		Evaluated	Cumple	No Cumple	Evaluated	Cumple	No Cumple
1	REST-A	114	105	9	100,0%	92,0%	8,0%
2	REST-B	114	102	12	100,0%	89,0%	11,0%
3	REST-C	114	72	42	100,0%	63,0%	37,0%
6	PROMEDIO	114	93	21	100,0%	82,0%	18,0%

**Fuente:** Guías de entrevista aplicadas por los investigadores 2017.

En la Tabla 5 podemos apreciar el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión del servicio de las empresas de restauración de la región Áncash; así tenemos que, de los 114 estándares evaluados, el RES-A cumple con el 92,0% de estándares; el REST-B con el 89,0% y el REST-C con el 63,0%; en promedio tenemos un cumplimiento del 82,0% de estándares.

#### **4.1.5.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en gestión medioambiental de las empresas turísticas de la región Áncash, 2017**

**Tabla 6**

Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en gestión

medioambiental en las agencias de viajes y turismo de la región Áncash 2017

N°	Código	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
		Evaluados	Cumple	No Cumple	Evaluados	Cumple	No Cumple
1	AVT-A	24	6	18	100,0%	25,0%	75,0%
2	AVT-B	24	16	8	100,0%	67,0%	33,0%
5	PROMEDIO	24	11	13	100,0%	46,0%	54,0%

**Fuente:** Guías de entrevista aplicadas por los investigadores 2017.

En la Tabla 6 se presentan los resultados sobre el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en gestión medioambiental de las agencias de viajes y turismo de la región Áncash, tenemos que de los 24 estándares evaluados la AVT-A cumple con el 25,0 % y la AVT-B con el 67,0 %, en promedio se tiene un cumplimiento del 46,0% de estándares evaluados.

**Tabla 7**

Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en gestión medioambiental en las empresas de restauración de la región Áncash 2017

N°	Código	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
		Evaluados	Cumple	No Cumple	Evaluados	Cumple	No Cumple
1	REST-A	24	20	4	100,0%	83,0%	17,0%
2	REST-B	24	15	9	100,0%	63,0%	37,0%
3	REST-C	24	12	12	100,0%	50,0%	50,0%
4	PROMEDIO	24	16	8	100,0%	65,0%	35,0%

**Fuente:** Guías de entrevista aplicadas por los investigadores 2017.

En la Tabla 7 se presentan los resultados sobre el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en gestión medioambiental en las empresas de restauración de la región Áncash en el año 2017, tenemos que de los 24 estándares evaluados el REST-A cumple con el 83,0 %; el REST-B cumple con el 63,0 % y el REST-C con el 50,0 %, en promedio se tiene un cumplimiento del 65,0 % de estándares.

#### **4.1.6.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en gestión sociocultural de las empresas turísticas de la región Áncash, 2017**



**Tabla 8**

Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en gestión sociocultural en las empresas turísticas de la región Áncash 2017

N°	Código	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
		Evalutados	Cumple	No Cumple	Evalutados	Cumple	No Cumple
1	AVT-A	13	8	5	100,0%	62,0%	38,0%
2	AVT-B	13	11	2	100,0%	85,0%	15,0%
3	REST-A	13	8	5	100,0%	62,0%	38,0%
4	REST-B	13	10	3	100,0%	77,0%	23,0%
5	REST-C	13	5	8	100,0%	38,0%	62,0%
10	PROMEDIO	13	8	5	100,0%	65,0%	35,0%

**Fuente:** Guías de entrevista aplicadas por los investigadores 2017.

En la Tabla 8 sobre el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en gestión sociocultural en las empresas turísticas de la región Áncash 2017, tenemos que de los 13 estándares evaluados la AVT-A cumple con el 62,0%, la AVT-B con el 85,0%, el REST-A cumple con el 62,0 %; el REST-B con el 77,0% y el REST-C con el 38,0%; en promedio se tiene un cumplimiento del 65,0%.

#### 4.1.7.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en las empresas turísticas de la región Áncash 2017

**Tabla 9**

Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en las agencias de viaje y

turismo de la región Áncash 2017

N°	Código	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
		Evaluidos	Cumple	No Cumple	Evaluidos	Cumple	No Cumple
1	AVT-A	151	87	64	100,0%	58,0%	42,0%
2	AVT-B	151	114	37	100,0%	75,0%	25,0%
5	PROMEDIO	151	100	51	100,0%	67,0%	33,0%

**Fuente:** Guías de entrevista aplicadas por los investigadores 2017.

En la Tabla 9 se tiene que de los 151 estándares evaluados derivados de las buenas prácticas la AVT-A cumple con el 58,0% y la AVT-B con el 75,0%, en promedio se cumple con el 67,0% de estándares evaluados.

**Tabla 10**

Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en las empresas de restauración de la región Áncash 2017

N°	Código	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
		Evaluidos	Cumple	No	Evaluidos	Cumple	No

		<b>Cumple</b>				<b>Cumple</b>	
1	REST-A	261	225	36	100,0%	86,0%	14,0%
2	REST-B	261	211	50	100,0%	81,0%	19,0%
3	REST-C	261	142	119	100,0%	54,0%	46,0%
6	PROMEDIO	261	193	68	100,0%	74,0%	26,0%

**Fuente:** Guías de entrevista aplicadas por los investigadores 2017.

En la Tabla 10 se tiene que de los 261 estándares evaluados derivados de las buenas prácticas el REST-A cumple con el 86,0%; el REST-B con el 81,0% y el REST-C con el 54,0%; dando un cumplimiento promedio del 74,0% de estándares evaluados.

#### **4.2.- Análisis de resultados**

El metaanálisis ha buscado evaluar la calidad del servicio de las empresas turísticas de la región Áncash utilizando estándares derivados de las buenas prácticas en el año 2017; para lo cual se evaluaron un total de 5 empresas; 2 de las cuales han correspondido al rubro de agencia de viajes y turismo y 3 al de restauración; del total de empresas, 2 se ubican en el distrito de Chimbote y 3 en Nuevo Chimbote, a continuación, se presenta el análisis de los resultados.

En nuestro país, los viajes a lo largo de los años vienen reportando un crecimiento sostenido, lo que se traduce en el establecimiento de empresas dedicadas a brindar servicios tanto para los excursionistas como para los turistas.

Montaner (1996) señala que:

“la empresa turística es aquella organización social, estructurada en los niveles de mando y funciones, que invirtiendo un capital tiene como fin producir y prestar unos servicios – viajes, alojamiento, transporte, manutención, etc.- y su posterior comercialización y venta en el mercado con el último fin de obtener un beneficio.”

Entre las características del sector empresarial del turismo tenemos que la mayoría de las empresas son micro o pequeñas empresas, las cuales son gestionadas por los propietarios, quienes han establecido su negocio ya sea por la oportunidad en el

mercado o por la disponibilidad de capital. Aunque cabe señalar, que el tamaño de estas empresas supone una serie de beneficios, los que se señalan a continuación:

Casanueva, García y Caro (2000) señalan que las micro y pequeñas empresas turísticas poseen una gran ventaja, la cual es la flexibilidad, entendida como la capacidad de adaptación de la empresa turística a los cambios del entorno en un plazo breve, además con un bajo costo.

La región Áncash en los últimos años es escenario de la creación de empresas cuyo propósito es brindar servicios turísticos como son la organización y operación de viajes y la restauración; los resultados presentados en el metaanálisis han incluido a empresas cuya actividad está vinculada a los servicios de restauración y viajes; las empresas que brindan servicio de restauración han tenido sus orígenes en los años 1995, 2013 y 2014, mientras que el origen de las agencias de viajes se ha dado en los años 2009 y 2014.

La mayoría de este tipo de empresas poseen una organización simple; en el caso de las 5 empresas investigadas se identificó que ninguna posee un organigrama; estando las empresas de restauración integradas entre 4 y 8 trabajadores; mientras que las empresas de viajes cuentan entre 2 y 4 trabajadores.

Casanueva, García y Caro (2000) señalan que las micro y pequeñas empresas turísticas cuentan con estructuras bastante simples, en donde las áreas no son especializadas y la toma de decisiones está centralizada.

La investigación ha tenido como objetivo general evaluar la calidad del servicio de las empresas turísticas de la región Áncash utilizando estándares derivados de las Buenas Prácticas 2017; hoy en día la calidad es un componente esencial para cualquier empresa que quiera ser competitiva; esta se puede gestionar siguiendo diferentes modelos de calidad, las investigaciones presentadas en este meta análisis se han orientado a evaluar la calidad a partir del cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas.

Para De la Parra Paz (1995), las empresas requieren valorar los servicios que

ofrecen. Un factor importante cuando se toman mediciones la condición de sus prestaciones y las mejoras que necesitan.

La evaluación que se ha llevado a cabo ha estado orientada a determinar el cumplimiento de estándares en las siguientes dimensiones: gestión administrativa; equipamiento e infraestructura; gestión del servicio; gestión medioambiental y gestión sociocultural.

Según Lefcovich (2009), la calidad comprende todos los aspectos de la organización. En ese sentido, si no existe calidad interna, no podrá brindarse un servicio de calidad óptima a los clientes externos. Es así, que la calidad se obtiene en cada aspecto de la empresa.

Para las investigaciones incluidas en este informe, la calidad está dada por un porcentaje de cumplimiento de más del 80,0% de estándares derivados de las buenas prácticas, metodología que viene siendo promovida por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo- Mincetur de nuestro país; al respecto de la evaluación de la calidad:

Mincetur (2012), establece que es el proceso de evaluación es el proceso de valoración del nivel de aplicación de las buenas prácticas, tienen por finalidad acreditar si la empresa está aplicando los procedimientos, conocimientos y valores sistematizados como buenas prácticas de las empresas en turismo.

Las dimensiones que se han considerado en la evaluación han sido: gestión administrativa, equipamiento e infraestructura; gestión del servicio; gestión medioambiental y gestión sociocultural, a continuación, se abordará la discusión de cada una de ellas:

En lo que respecta a la **gestión administrativa** se han considerado todas aquellas tareas que son llevadas a cabo por los propietarios o gerentes de las empresas turísticas; así tenemos que se han evaluado con total de 56 estándares divididos en 8 sub dimensiones: planificación, organización, gestión de calidad, gestión de recursos humanos, gestión de suministros y proveedores, gestión de seguridad, gestión financiera y contable y gestión de comunicación y marketing.

Rainforest Alliance (s.f.), establece que a través de la administración las empresas logran gestionar sus recursos y procesos a fin de obtener resultados. Se podría decir que en ella se basa el funcionamiento de la empresa, puesto que, si las personas responsables de administrar la empresa no saben hacerlo, no se podrán alcanzar los resultados esperados. Para lograr el éxito empresarial no basta con tener recursos materiales, financieros, tecnológicos u de otro tipo, el factor que permitirá la sostenibilidad de la empresa es el esquema de gestión que se haya definido, siendo un requisito para la sostenibilidad de las empresas y la consecución de sus objetivos las buenas prácticas en administración.

De los 56 estándares evaluados tenemos que las agencias de viajes y turismo cumplen con el 57,0% y 64,0% respectivamente, no se han identificado antecedentes vinculados a este tipo de empresas. Con relación a los restaurantes tenemos cumplimientos del 82,0%, 73,0% y 52,0%, Chávez (2016) reportó cumplimientos del 66,0%, 59,0% 46,0% y 43,0%, por otro lado, Chávez (2013) identificó cumplimientos del 23,2% 53,6%, 35,7% y 48,2% de los estándares evaluados en esta dimensión.

Casanueva, García y Caro (2000) indican que las empresas turísticas de pequeño tamaño, desarrollan su gestión orientándose en el día a día, limitando su perspectiva y perdiendo una visión a futuro. En ese sentido, una de las falencias más comunes de las pyme turísticas se da en el la planificación, la cual es el punto principal de los procesos de gestión.

La segunda dimensión evaluada ha sido **equipamiento e infraestructura**, cuando se habla de servicio, este no se puede desvincular de los aspectos tangibles, que se constituyen en un complemento para poder prestar el servicio.

Para Martín (2004) también hay que considerar los aspectos tangibles de la calidad; por lo que también habrá que prestar atención a las instalaciones, equipos y materiales (mobiliario, uniformes, cristalería, vajilla, decoración, etc.) de la empresa y, relacionado con éstos, a la higiene y la seguridad.

En las agencias de viajes y turismo se evaluaron un total de 20 estándares, de los

cuales se han reportado cumplimientos del 50,0% y 75,0%, no habiéndose identificado otras investigaciones al respecto.

En las empresas de restauración se evaluaron 54 estándares en esta dimensión, reportando cumplimientos del 85,0%, 80,0% y 44,0%, Chávez (2016) identificó resultados similares, del 74,0%, 67,0%, 57,0% y 48,0%; los que coinciden con los obtenidos por Chávez (2013) en donde este tipo de empresas han tenido porcentajes de cumplimiento: 53,7%, 61,1%, 74,0% y 85,2% respectivamente.

La tercera dimensión evaluada ha sido la **gestión de servicio**, al respecto Mincetur (2010), señala que el servicio es el resultado de una sucesión de actos en los cuales interaccionan el cliente, el soporte físico y el personal de contacto, de acuerdo a procesos y procedimientos previamente establecidos, que buscan la satisfacción del consumidor y el logro comercial de la empresa prestataria.

En relación a las agencias de viajes y turismo, tenemos que, de un total de 38 estándares, han reportado cumplimientos del 82,0% y 97,0%.

En lo que respecta a las empresas de restauración se evaluaron un total de 114 estándares, reportando cumplimientos del 92,0%, 89,0% y 63,0%, Chávez (2016) identificó cumplimientos del 66,0%, 60,0%, 57,0% y 57,0%, por otro lado, Chávez (2013) reportó empresas de restauración con un menor cumplimiento de estándares: 50,0%, 56,0% y 50,0% respectivamente.

En la **gestión medioambiental** se han evaluado 5 sub dimensiones: uso del agua, uso de energía, consumo de productos, gestión de residuos y adaptación al medio. En las agencias de viajes y turismo se han evaluado un total de 24 estándares de los cuales se cumple con el 25,0% y 67,0%.

Por otro lado, en las empresas de restauración se han evaluado 24 estándares, reportando cumplimientos del 83,0%, 63,0% y 50,0%; Chávez (2016) identificó cumplimientos similares, 58,0%, 63,0%, 46,0% y 25,0% respectivamente, Chávez (2013) reportó cumplimientos del 33,3%, 58,3%, 29,2% y 58,3% , los que son similares a los de esta investigación. Los resultados de las investigaciones ponen en evidencia la

poca preocupación de las empresas turísticas por aplicar medidas que contribuyan al mantenimiento del medioambiente.

Para Ramírez (1994), la empresa turística, afecta tanto al desarrollo del turismo, a la comunidad o sociedad y el ambiente ecológico donde se desarrolla. Esta influencia o impacto puede ser positivo o negativo de acuerdo a aspectos vinculados con la empresa como su tamaño o el tipo de gestión. Las empresas turísticas deben evitar en convertirse en un elemento que perturbe el medio natural, tratando de no afectarlo de forma negativa.

Rainforest Alliance (2006), señala que proteger el ambiente reduce costos y hace más valiosos sus servicios turísticos. Cada vez más viajeros prefieren las empresas o destinos que son responsables con el ambiente y con las comunidades.

En lo referente a la **gestión sociocultural** se han evaluado un total de 13 estándares distribuidos en 2 subdimensiones: apoyo a la cultura local y apoyo a la comunidad local. Las agencias de viajes y turismo han reportado cumplimientos del 62,0% y 85,0%. Por otro lado, las empresas de restauración han tenido cumplimientos del 62,0%, 77,0% y 38,0%; cumplimientos menores se han reportado en los resultados presentados por Chávez (2016), donde se han reportado un cumplimiento del 31,0% , 38,0%, 38,0% y 23,0%, la misma situación ha sido identificada por Chávez (2013) ya que las empresas de restauración de Chimbote y Nuevo Chimbote cumplían con el 15,4%, 38,5%, 30,8% y 30,8% de estándares respectivamente.

Para Rainforest Alliance (s.f.), la comunidad es un referente de mercado, ya que ellos pueden ser agentes de venta de los servicios de las empresas; la empresa turística interactúa con un grupo de personas, siendo una necesidad que la empresa se vincule de forma positiva con ésta y contribuya con el logro de sus objetivos, los cuales en muchos casos son compartidos.

Del total de estándares evaluados tenemos que las agencias de viajes y turismo han cumplido con el 58,0% y 75,0% de un total de 151 estándares, lo cual evidencia un bajo cumplimiento de estándares, lo que significa que la calidad que se viene brindando



a los usuarios no es la esperada.

En lo relacionado a las empresas de restauración se evaluaron 261 estándares de los cuales se han obtenido cumplimientos del 86,0%, 81,0% y 54,0%, resultados similares a los obtenidos por Chávez (2016), quien identificó cumplimientos del 65,0%, 60,0%, 55,0% y 48,0%; por otro lado, Chávez (2013) identificó resultados similares, ya que los restaurantes cumplieron con el 41,8%, 56,0%, 49,0% y 71,6% respectivamente.

En términos generales, los resultados evidencian que las empresas turísticas de la región Áncash no cumplen con un porcentaje de estándares que permita garantizar un servicio de calidad, siendo necesaria la implementación de acciones tanto por parte de las propias empresas como de los organismos gubernamentales y gremiales, que se orienten a fomentar la implementación de las buenas prácticas en el quehacer empresarial del sector turismo.

## V.- CONCLUSIONES

- En la gestión administrativa se determinó que las empresas turísticas de la región Áncash 2017, en promedio cumplen con el 66,0% de estándares derivados de las buenas prácticas, lo cual representa un porcentaje de cumplimiento bajo.
- En lo que respecta al equipamiento e infraestructura de las empresas turísticas de la región Áncash 2017; las agencias de viajes y turismo cumplen en promedio con el 62,0% de los estándares, mientras que las empresas de restauración con el 70,0%.
- En lo referente al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en la gestión del servicio tenemos que las agencias de viajes y turismo cumplen con el 89,0% de estándares en promedio, por otro lado, las empresas de restauración cumplen con el 82,0% de estándares, siendo esta dimensión la que ha obtenido un mayor porcentaje de cumplimiento.
- Sobre el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en la gestión medioambiental de las empresas turísticas de la región Áncash 2017, tenemos que las agencias de viajes y turismo cumplen en promedio con el 46,0% de estándares, mientras que las empresas de restauración cumplen con el 65,0% de estándares.
- En lo que respecta al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en la gestión sociocultural de las empresas turísticas de la región Áncash 2017, tenemos un cumplimiento promedio del 65,0% de estándares evaluados.

## Referencias bibliográficas

Anker Vinay, K. (1992). Manejo básico de restaurantes: teoría y práctica. México: Continental S.A.

Casanueva, C., García, J., y Caro F.J. (2000). Organización y gestión de empresas turísticas. Madrid: Pirámide.

Circuito Turístico Nororiental (2007). *Buenas Prácticas para un Turismo Sostenible y Calidad de los Servicios*. Lima: PromPeru.

Comblence, L. (1982). Administración de bar, cafetería y restaurante. México: Continental S.A.

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

Dahmer, S. , y Kahl, K. (2002). Restaurantes, servicio básico. España: Acribia S.A.

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

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

Feijóo, J. (Contribution by). (2010). *Alimentos y bebidas: su gerenciamiento en hoteles y restaurantes*. Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/Docid=10384275&ppg=82>

Foster, D. (1995). *Alimentos y bebidas: operaciones, métodos y control de costos*. Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/Doc?id=10485891&ppg=40>

- García, F., García, P., y Gil, M. (2011). *Operaciones básicas y servicios en restaurantes y eventos especiales*. España: Paraninfo.
- Hernández, R. , Fernández, C. , y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. 5Ta ed. Chile: McGrawHill.
- Hospitality & Service University. (s.f.). *Manual de estándares de servicio: restaurantes*. Recuperado de [hsu.cl/galeria/file\\_52126699.pdf](http://hsu.cl/galeria/file_52126699.pdf)
- ISO (2005). *Norma internacional ISO 9000 2000*. Recuperado de [http://www.uco.es/sae/archivo/normativa/ISO\\_9000\\_2005.pdf](http://www.uco.es/sae/archivo/normativa/ISO_9000_2005.pdf)
- Lefcovich, M. (2009). *Gestión de calidad para la excelencia*. Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/Doc?id=10311860&ppg=5>
- Limusa. (2006). *El manejo de restaurantes: guía para gerentes y propietarios*. México:Limusa.
- Martín, I. (2004). *Dirección y gestión de empresas del sector turístico* (3era ed.). España: Pirámide.
- Marketing Publishing. (2007). *Gestión de la calidad total*. Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/Doc?id=10194515&ppg=7>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2004). *Reglamento de restaurantes*. Recuperado de [http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/REGLRESTAURANT\\_2004.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/REGLRESTAURANT_2004.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2008). *Manual de buenas prácticas de manipulación de alimentos para restaurantes y servicios afines*. Recuperado de [http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/cultur/pdfs\\_documentos\\_Cultur/MB\\_P\\_MANIPULACION\\_DE\\_ALIMENTOS.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/cultur/pdfs_documentos_Cultur/MB_P_MANIPULACION_DE_ALIMENTOS.pdf)

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2009). *Ley general de turismo*, N° 29408. Recuperado de [http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/LEY\\_GENERAL\\_DE\\_TURISMO\\_LEY29408.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/LEY_GENERAL_DE_TURISMO_LEY29408.pdf)

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2010). *Manual de buenas prácticas para atención de clientes*. Recuperado de [http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/caltur/pdfs\\_documentos\\_Caltur/MBP\\_atencion\\_cliente\\_dirigido\\_ge\\_ad\\_mm.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/caltur/pdfs_documentos_Caltur/MBP_atencion_cliente_dirigido_ge_ad_mm.pdf)

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

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2003). Ley MYPE 28015. Recuperado de: [http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY\\_28015.pdf](http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf)

Montaner, J. (1996). *Estructura del mercado turístico* (2da ed.). España: Síntesis.

Nanclares, J. (2001). *Marketing y planificación para restaurantes*. México: Paraninfo.

Océano Céntrum. (s.f.). *Enciclopedia práctica profesional de: turismo, hoteles y restaurantes*. España: Grupo editorial Océano.

Promperú. (2006). *Manual de buenas prácticas para turismo sostenible*. Recuperado de [media.peru.info/catalogo/.../manual\\_de\\_buenas\\_practicas\\_9124.pdf](http://media.peru.info/catalogo/.../manual_de_buenas_practicas_9124.pdf)

Puig Durán, J. (2011). *Certificación y modelos de calidad en hostelería y restauración*. Recuperado de

<http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/docDetail.action?docID=10526956&p00=calidad%20servicio%20hotelero>

Rainforest Alliance. (s.f.). *Buenas prácticas para turismo sostenible: Una guía para el pequeño y mediano empresario*. Recuperado de [http://web.ambiente.gob.ec/sites/default/files/user\\_s/jloartefls/Buenas%20practicass%20del%20turismo%20sostenible.pdf](http://web.ambiente.gob.ec/sites/default/files/user_s/jloartefls/Buenas%20practicass%20del%20turismo%20sostenible.pdf)

Rainforest Alliance. (s.f.). *Manual de buenas prácticas para turismo sostenible*. Recuperado de [www.rainforest-alliance.org/.../tourism\\_practices\\_guide\\_spanish.pdf](http://www.rainforest-alliance.org/.../tourism_practices_guide_spanish.pdf)

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

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

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

Secretaría de Turismo- SECTUR Argentina. (2008). *Restaurantes: Sistema de gestión de calidad y el ambiente*. Recuperado de [http://www.iram.org.ar/UserFiles/images/IRAM\\_SECTUR/normas%20completas/42800R.pdf](http://www.iram.org.ar/UserFiles/images/IRAM_SECTUR/normas%20completas/42800R.pdf)

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

Van Duynen, L. , y Carré Marcela. (2011). *Buenas prácticas hoteleras*. Recuperado de

[http://www.moveuse.org/uploads/1/6/1/3/16135600/guia\\_de\\_buenas\\_practicas\\_hoteles- fund\\_vida\\_silvestre.pdf](http://www.moveuse.org/uploads/1/6/1/3/16135600/guia_de_buenas_practicas_hoteles- fund_vida_silvestre.pdf)

# ANEXOS

## ANEXO 01

### INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

#### GUIA DE ENTREVISTA

**Esta guía de entrevista está dirigida a obtener datos de la empresa relacionados a la historia, oferta y demanda; deberá ser aplicada al propietario o administrador.**

1.- Ubicación de la empresa

2.- ¿Cuándo se originó la empresa?



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

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

5.- Describa la oferta de su empresa

6.- ¿Quiénes son sus clientes?

7.- ¿Cómo está organizada su empresa?



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

## GUÍA DE ENTREVISTA

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

### I.- DATOS GENERALES

#### 1.1.- Sexo:

Masculino          Femenino

1.2.- Edad: \_\_\_\_\_

**1.3.- Ciudad de Origen:** \_\_\_\_\_

## **II.- ESTUDIOS**

### **2.1.- Nivel de estudios**

Primaria inconclusa

Primaria completa

Secundaria inconclusa

Secundaria completa

Superior inconclusa (técnica)

Superior completa (técnica)

Superior inconclusa (universitaria)

Superior completa (universitaria)

**2.2.- Especialidad:** \_\_\_\_\_

### **2.3.- Estudios de posgrado:**

Si

No

Indicar el tipo de cursos:

\_\_\_\_\_

## **III.- DESEMPEÑO EN LA EMPRESA**

**3.1.- Cargo:** \_\_\_\_\_

### **3.2.- Funciones**

-

-

-

-

**3.3.- Tiempo laborando en la empresa:** \_\_\_\_\_

**3.4.- Participación en programas de capacitación**

Si

No

Indicar el tipo de capacitación:

\_\_\_\_\_

**Gracias por su colaboración!**



**FICHA DE OBSERVACIÓN  
GESTIÓN ADMINISTRATIVA  
RESTAURANTES-ALOJAMIENTO**

<b>SUB DIMENSIÓN</b>	<b>ITEM</b>	<b>CUMPLE</b>		<b>OBSERVACIÓN</b>
		<b>SI</b>	<b>NO</b>	
Planificación	La empresa cuenta con un plan estratégico en el que define su visión, misión, valores y objetivos			
	La empresa cuenta con planes operativos para sus distintas áreas			
	La empresa cuenta con políticas establecidas (servicios, ambientales, sociales, seguridad)			
	La empresa cuenta con un plan de negocios			
Organización	La empresa cuenta con un manual de organización y funciones			
	La empresa ha documentado sus procesos, estándares y requisitos del servicio y cuenta con un manual de procesos y procedimientos			
	La empresa cuenta con un sistema de comunicación formal			

Gestión de calidad La empresa cuenta con un sistema de control de calidad del servicio

La empresa ha definido qué aspectos deben ser monitoreados para asegurar la calidad de los servicios

La empresa realiza auditorías internas periódicas

La empresa mantiene un programa de acciones correctivas para eliminar las causas de las desviaciones

La empresa hace un seguimiento y medición de la satisfacción del cliente

La empresa mantiene un sistema de tratamiento de quejas y reclamos y sugerencias

Gestión de recursos humanos La empresa ha definido los perfiles de los puestos de trabajo (aptitudes, habilidades, formación y experiencia)

La empresa ha definido el proceso de selección de personal

La empresa cuenta con un archivo con los datos del personal

La empresa cuenta con un programa de inducción para el personal

La empresa evalúa periódicamente el rendimiento del personal (calidad y cantidad del trabajo, relaciones laborales)

La empresa cuenta con un programa de capacitación para el personal

La empresa emplea estrategias para mantener motivado al personal

La empresa lleva a cabo reuniones frecuentes a fin de tratar temas relacionados con el trabajo

La empresa garantiza la igualdad de oportunidades a los empleados

La empresa fomenta y difunde entre sus empleados la práctica de valores y principios éticos

La empresa comunica al personal los resultados alcanzados en cuanto a los servicios y la satisfacción del cliente

La empresa ha establecido mecanismos para que el personal comunique sus sugerencias sobre el servicio

La empresa respeta la jornada laboral establecida por ley

La empresa brinda remuneraciones establecidas en la legislación laboral

La empresa cumple con brindar los beneficios sociales a los empleados

Gestión de  
suministros y  
proveedores

La empresa ha definido criterios para la selección de proveedores

La empresa cuenta con un registro con las características y datos de sus proveedores

La empresa ha definido las condiciones de pedido, entrega y pagos

La empresa emplea formatos para formalizar sus pedidos

Gestión de seguridad	La empresa ha establecido los horarios y procedimientos para la recepción de los productos
	La empresa ha identificado sus riesgos y peligros (reales y potenciales)
	La empresa ha desarrollado planes para minimizar las situaciones de riesgo y peligro
	Se brinda capacitación al personal en temas de seguridad
	La empresa cuenta con planes para atender emergencias (naturales, accidentes, enfermedades)
	La empresa cuenta con equipos y dispositivos de seguridad tanto para los clientes como para los empleados
Gestión financiera y contable	La empresa ha implementado programas de simulacros y prácticas de seguridad
	La empresa cuenta con el certificado de Defensa Civil
	La empresa dispone de un listado actualizado de contactos para la atención de casos de emergencia
	La empresa cuenta con los servicios de un profesional en el campo financiero contable
	La empresa dispone de un presupuesto general y presupuestos específicos
	El propietario está capacitado en temas financieros y contables

Gestión de  
comunicación y  
marketing

La empresa cuenta con un estudio de mercado, considerando las características tanto de la competencia como de la demanda

La empresa cuenta con una marca y eslogan atractivo y coherente con el servicio que brinda

La empresa diseña sus servicios de acuerdo a las necesidades y expectativas de sus clientes

La empresa mantiene un registro de sus clientes

La empresa firma convenios con el fin de incrementar la demanda del establecimiento

La empresa ha establecido el precio de sus productos o servicios en base a un estudio de mercado

La empresa emplea medios de comunicación masivos para promocionar su oferta

La empresa difunde información coherente con el servicio que brinda

La empresa provee información al cliente sobre las condiciones de prestación del servicio

La empresa cuenta con tarifarios de su oferta gastronómica

La empresa exhibe en un lugar visible la oferta gastronómica con sus respectivos precios

La empresa exhibe en un lugar visible las formas de pago aceptadas en el establecimiento





UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FICHA DE OBSERVACIÓN  
BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES  
RESTAURANTE -ALOJAMIENTO**

<b>SUB DIMENSIÓN</b>	<b>ITEM</b>	<b>CUMPLE</b>	<b>OBSERVACIÓN</b>
		<b>SI NO</b>	
Uso del agua	La empresa cuenta con programas para el uso eficiente del agua		
	La empresa lleva un control del consumo de agua		
	La empresa lleva a cabo revisiones periódicas de las instalaciones de agua		
	La empresa cuenta con equipos que contribuyan al ahorro de agua		
Uso de la	La empresa sensibiliza y capacita al personal sobre el uso adecuado del agua		
	La empresa cuenta con programas para el uso eficiente de la energía		

energía

eléctrica

La empresa adopta medidas para el máximo aprovechamiento de la luz natural

La empresa promueve el apagado de luces y equipos cuando no están en uso

La empresa lleva un control de consumo de energía

La empresa utiliza focos ahorradores

La empresa cuenta con buena ventilación y aislamiento térmico para recurrir lo menos posible a la climatización

Se da el mantenimiento adecuado a equipos eléctricos

Se usan interruptores independientes para iluminar las zonas de un mismo lugar

Consumo de productos

La empresa emplea productos de limpieza de bajo impacto al medio ambiente

La empresa emplea dosificadores para el uso óptimo de los productos

La empresa contrata a proveedores que brindan productos respetuosos con el medioambiente

La empresa prefiere la compra de productos en envases retornables

La empresa imprime el papel por las dos caras e imprime documentos internos en papel reciclado

La empresa usa en lo posible el correo electrónico para reducir el uso de tinta y papel

La empresa no consume especies protegidas o sus derivados ni especies hidrobiológicas fuera de su talla mínima

Gestión de  
residuos

La empresa cuenta con un programa para la gestión de residuos

La empresa sensibiliza y capacita al personal sobre la forma correcta de eliminar residuos

La empresa mantiene los contenedores de basura en condiciones higiénicas

Adaptación la  
medio

La empresa cuenta con un diseño e infraestructura armonioso con el paisaje



**FICHA DE OBSERVACIÓN  
BUENAS PRÁCTICAS SOCIO-CULTURALES  
RESTAURANTE-ALOJAMIENTO**

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

La empresa provee empleo digno a los miembros de la comunidad

La empresa adquiere productos de proveedores locales

La empresa difunde políticas en contra de la explotación sexual

La empresa forma parte de los gremios del sector turismo

La empresa participa en los procesos de planificación turística

La empresa informa a los turistas sobre aspectos relacionados al turismo

La empresa desarrolla programas de capacitación para la comunidad local



**FICHA DE OBSERVACIÓN  
INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO  
RESTAURANTES**

<b>SUB DIMENSIÓN</b>	<b>ITEM</b>	<b>CUMPLE</b>		<b>OBSERVACIÓN</b>
		<b>SI</b>	<b>NO</b>	
Exterior	El establecimiento se ubica en un lugar accesible			
	Existe limpieza en el entorno			
	El establecimiento se ubica en una zona segura			
	Cuenta con un panel visible y atractivo en la fachada			
	Presenta el icono de clasificación y/o categorización			
	Cuenta con buena iluminación			
	Presenta acceso especial para discapacitados			

Cuenta con estacionamiento privado o existe uno cercano

Cuenta con espacios verdes al rededor, los cuales están bien cuidados

Cuenta con una acceso independiente para los proveedores y el personal

#### Cocina

Se ubica próxima al comedor

Cuenta con áreas de trabajo identificadas y delimitadas para la preparación de alimentos

El piso es de material antideslizante y de fácil limpieza

Las paredes están revestidas con material liso y de fácil limpieza

Se cuenta con iluminación apropiada que no altere el color ni la apariencia de los alimentos

Se cuenta con un sistema de ventilación apropiado

Se dispone de una campana extractora

Los equipos están en funcionamiento y óptimas condiciones de limpieza

Los utensilios de cocina están en buen estado y en óptimas condiciones de limpieza

Los equipos y mobiliario están ubicados de forma que no interrumpen el flujo de trabajo

Se cuenta con un área específica destinada para los residuos, la cual se encuentra alejada del área de producción

La sección de producción se mantiene limpia y ordenada

Se dispone de un área para el lavado de manos, la que cuenta con los implementos necesarios

Se cuenta con suministro de agua permanente

Almacén

El almacén posee una ventilación adecuada

Todas las aberturas están cerradas con mallas

Las paredes y pisos son lisos para evitar las plagas

Los estantes son de material anticorrosivo

Iluminación adecuada que no altere el color de los alimentos

Contar con sectores independientes, adecuados para el almacenamiento de alimentos según tipo (perecederos, no perecederos, artículos de limpieza)

Comedor

El comedor presenta condiciones adecuadas de limpieza

La decoración es agradable y armoniosa



Se cuenta con sistema de ventilación

El olor es agradable

El mobiliario está en buen estado de conservación y limpio

El mobiliario se ha distribuido de forma adecuada facilitando la circulación

Se cuenta con equipos de música y televisión

Las cartas están en buen estado y con los precios actualizados

Cuenta con señalización de emergencia, extintores y luces de emergencia

Se cuentan con estaciones de servicio debidamente organizadas

Se dispone de utensilios, vajilla, cristalería y mantelería en cantidades suficientes para atender las necesidades de máxima ocupación

Se emplean utensilios, vajilla, cristalería y mantelería acordes a las características del establecimiento y están en perfecto estado de conservación

Se dispone de un área de caja para el cobro de las facturas, la que dispone de los equipos necesarios

Servicios

Se cuentan con servicios higiénicos independientes e identificados por

higiénicos	<p data-bbox="324 231 403 271">sexo</p> <p data-bbox="324 279 1285 327">Los servicios higiénicos no tiene acceso directo al comedor</p> <p data-bbox="324 367 1285 414">Disponen de un sistema adecuado de ventilación</p> <p data-bbox="324 454 1285 502">Cuentan con una iluminación apropiada</p> <p data-bbox="324 542 1285 630">Disponen de los implementos de higiene necesarios (jabón líquido, papel toalla o secador de aire caliente)</p> <p data-bbox="324 638 1285 686">Están permanentemente limpios</p>
Área de personal	<p data-bbox="324 718 1285 805">La empresa cuenta con un área segura destinada para que el personal deje sus pertenencias</p> <p data-bbox="324 813 1285 901">La empresa cuenta con servicios higiénicos en óptimas condiciones de limpieza para el personal</p> <p data-bbox="324 941 1285 1021">La empresa cuenta con un área destinada para que los estudiantes tomen sus alimentos</p>
Oficinas	<p data-bbox="324 1061 1285 1109">Se cuenta con una oficina administrativa</p> <p data-bbox="324 1149 1285 1197">La oficina cuenta con los equipos e implementos necesarios</p>



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FICHA DE OBSERVACIÓN  
INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO  
ALOJAMIENTO**

<b>SUB DIMENSIÓN</b>	<b>ITEM</b>	<b>CUMPLE SI NO</b>	<b>OBSERVACIÓN</b>
Exterior	El establecimiento se ubica en un lugar accesible		
	Existe limpieza en el entorno		
	El establecimiento se ubica en una zona segura		
	Cuenta con un panel visible y atractivo en la fachada		
	Presenta el icono de clasificación y/o categorización		

Cuenta con buena iluminación

Presenta acceso especial para discapacitados

Cuenta con estacionamiento privado o existe uno cercano

Cuenta con espacios verdes al rededor, los cuales están bien cuidados

Cuenta con vigilancia externa

Cuenta con un acceso independiente para proveedores y para el personal

Recepción Se ubica en un lugar de fácil acceso

Exhibe las licencias correspondientes

Cuenta con un palomar adecuado y bien ubicado

Cuenta con una distribución y mobiliario adecuados

Cuenta con un botiquín

Posee una decoración cálida y armoniosa

Cuenta un un lugar seguro destinado para almacén de equipaje

Cuenta con equipos como teléfono y computadora para facilitar el trabajo del personal

Cuenta con un tarifario visible, así como con un recuadro donde se indica la hora de check in y check out

Las llaves cuentan con llaveros enumerados y en buen estado

Cuenta con un rack para material publicitario e informativo

Cuenta con extintores

Cuenta con señalización de seguridad y luces de emergencia

Cuenta con iluminación adecuada

Cuenta con una ventilación adecuada

Presenta un olor agradable

Las condiciones de limpieza son óptimas

Cuenta con un buzón de sugerencias

Cuenta con el libro de reclamaciones

Áreas  
comunes

Los pasadizos cuentan con señalización de seguridad y extintores

Los pasadizos cuentan con luces de emergencia

Los pasadizos cuentan con una decoración armoniosa con el estilo del establecimiento

Los pasadizos y escaleras se encuentran permanentemente limpios

Los pasadizos y escaleras cuentan con buena iluminación

Se cuenta con una sala de estar con lo necesario (muebles, revistas, TV) y en buenas condiciones de limpieza

Se cuenta con servicios higiénicos diferenciados por sexo

Los servicios higiénicos cuentan con los suministros necesarios permanentemente

Los servicios higiénicos están permanentemente limpios

Se cuenta con un registro para controlar la limpieza de los servicios higiénicos

Oficinas

Se cuenta con una oficina administrativa

La oficina cuenta con los equipos e implementos necesarios

Habitaciones Las habitaciones cuentan con numeración en el exterior

La cerradura de la puerta brinda seguridad

La decoración es agradable y armoniosa con el estilo del establecimiento

La limpieza es óptima

Cuenta con el reglamento del establecimiento

Cuenta con un plano de ubicación de la habitación y las salidas de emergencia

Cuenta con mobiliario y equipamiento básico para el confort del cliente

Cuenta con mobiliario y equipamiento complementario

La distribución del mobiliario es la adecuada

Se mantiene un patrón común en los blancos

Cuenta con baño propio con los implementos necesarios

Las instalaciones sanitarias del baño se encuentran en buen estado y en funcionamiento

El baño cuenta con amenities con una buena presentación

El olor de la habitación es agradable

La habitación cuenta con aislamiento acústico

Se cuenta con un sistema de agua caliente las 24 horas del día, que no es activado por el huésped

Se cuenta con sistemas de ventilación

Se cuenta con material informativo y de escritorio

Almacén de pisos Se cuenta con almacenes de pisos en cada uno de los pisos del establecimiento

Cuenta con estantes en buen estado

Se cuentan con kardex para el control de los inventarios

Cuenta con equipos, utensilios, materiales de limpieza y ropa de cama

Se encuentra ordenado y limpio

Comedor El comedor se encuentra ubicado en un lugar de fácil acceso

El comedor presenta condiciones adecuadas de limpieza



La decoración es agradable y armoniosa con el estilo del establecimiento

Se cuenta con sistema de ventilación

El olor es agradable

El mobiliario está en buen estado de conservación y limpio

El mobiliario se ha distribuido de forma adecuada facilitando la circulación

Se cuenta con equipos de música y televisión

Las cartas están en buen estado y con los precios actualizados

Cuenta con señalización de emergencia, extintores y luces de emergencia

Se cuentan con estaciones de servicio debidamente organizadas

Se dispone de utensilios, vajilla, cristalería y mantelería en cantidades suficientes para atender las necesidades de máxima ocupación

Se emplean utensilios, vajilla, cristalería y mantelería acordes a las características del establecimiento y están en perfecto estado de conservación

Cocina La cocina cuenta con suministro de agua permanente

La iluminación es adecuada

Se cuenta con un sistema de ventilación adecuado

El piso es de un material antideslizante y de fácil limpieza

Las paredes están revestidas con material liso y de fácil limpieza

Se cuenta con una campana extractora en buenas condiciones

Los equipos están en buen estado y limpios

Los utensilios de cocina están en buenas condiciones

Presenta condiciones de limpieza adecuadas

Se disponen de contenedores de desperdicios ubicados de forma adecuada y limpios

Área de personal

La empresa cuenta con un área segura destinada para que el personal deje sus pertenencias

La empresa cuenta con servicios higiénicos en buenas condiciones para el uso del personal

La empresa cuenta con un área destinada para que el personal tome sus alimentos



**FICHA DE OBSERVACIÓN  
GESTIÓN DEL SERVICIO  
RESTAURANTES**

<b>SUB DIMENSIÓN</b>	<b>ITEM</b>	<b>CUMPLE SI NO</b>	<b>OBSERVACIÓN</b>
Recepción de insumos	<p>La recepción de insumos se realiza en las primeras horas de la mañana</p> <p>Al llegar los insumos se verifica su olor, textura, color, temperatura y apariencia general, además del peso y las cantidades</p> <p>Se dispone de un ambiente adecuado para la recepción de insumos</p>		
Almacenamiento de insumos	<p>Existe un sistema de almacenamiento predeterminado</p> <p>Los insumos son depositados en recipientes de conservación específicos</p>		

para cada alimento

Se respeta el principio de primer ingreso primera salida

Los alimentos en polvo o granos se almacenan en recipientes que los protejan de la contaminación y perfectamente etiquetados e identificados

Los alimentos están ordenados de acuerdo a su fecha de llegada

Las frutas y verduras son almacenadas a temperaturas entre los 7°C y 12°C

Los pescados y mariscos se mantienen refrigerados entre los 0°C y 5°C

Los pescados y mariscos, carnes y pollo se almacenan en depósitos con tapa

Se controla permanentemente la temperatura y el funcionamiento de los equipos de refrigeración

No se congela nuevamente un producto que ha sido descongelado

Apertura del centro de producción

Se lleva a cabo un control del estado de equipos, utensilios y materiales de trabajo empleando un check list antes de iniciar las operaciones

Se realiza un control de inventario de los insumos en stock

Prelistamiento de insumos

Se realiza el control sanitario y de presentación del personal de producción empleando un check list antes de iniciar las operaciones

Tanto los vegetales, frutas y carnes son lavados antes de su uso con agua potable

Posterior al lavado se procede a la desinfección, empleando cloro (10 gotas de cloro por cada litro de agua) dejando reposar durante 10 minutos (verduras y frutas) y 5 minutos (pescado), se concluye enjuagando con agua potable

Para el cortado y pelado se emplean utensilios (cuchillo, tabla de picar, etc.) exclusivos para cada tipo de productos

Después del pelado y cortado se debe lavar cuidadosamente el sitio de trabajo

Existe un criterio de elaboración y almacenamiento de productos de prealistamiento elaborados

Existe un proceso de envasado y etiquetado de porcionados

Producción de platos

Se planifica periódicamente la oferta gastronómica del establecimiento

Existe un sistema de producción predeterminado, organizado y claramente establecido

El personal dispone de un uniforme completo y en buenas condiciones

Se cuenta con recetas estándar para la elaboración de los platos

El personal de producción aplica las recetas estándar para la preparación de los platos

Mientras los alimentos se están cocinando se mantienen tapados a fin de evitar la caída de algún material extraño

Los insumos congelados nunca se descongelan a temperatura ambiente ni en agua tibia

Para probar los alimentos se emplean utensilios apropiados

Las ordenes de pedido se elaboran según su llegada

Las ordenes de pedido se despachan ni bien están listas

El personal tiene una rápida capacidad de producción

El personal de producción conoce el funcionamiento de los equipos

Se presta atención y cuidado a la presentación y decoración de platos terminados

La sección de producción se mantiene limpia y ordenada

Los equipos y superficies en contacto con los alimentos se limpian, lavan y desinfectan después de cada uso

Montaje de  
comedor

Existe un procedimiento pre-establecido para la limpieza y sanitización de ambientes y mobiliario (salón, sala de estar, bar, servicios higiénicos, etc)

Existe un orden de ubicación y distribución funcional de la cubertería, cristalería y menaje que facilita la operación

Se lleva a cabo un control de inventario físico de menaje, cubertería y cristalería

Se lleva a cabo la revisión de la presentación y aseo del personal de servicio empleando un check list

Se brinda información clara y precisa al personal de servicio sobre las ofertas del día, reservas, etc.

Existe un procedimiento establecido para el montaje a utilizarse en el servicio

Se efectúa el montaje de las mesas considerando el tipo de servicio y categoría del establecimiento

En caso de existir reservas, se asignan las mesas reservadas

Las cucharas y cuchillos se ponen a la derecha, el cuchillo con el filo hacia adentro, los tenedores al lado izquierdo

Las mesas disponen de suficientes servilletas

Existe un control de los ambientes del comedor, mobiliario y equipos por parte del personal de servicio, antes de la apertura del establecimiento, empleando un check list

Reservas

La empresa ha definido un procedimiento para la toma de reservas

La empresa dispone de un registro para las reservas

Se disponen de políticas claras para las reservas

Las políticas y el procedimiento para la toma de reservas son conocidas por el personal

El personal informa al cliente las condiciones de la reserva

Atención del  
comedor

Se mantiene una reunión de servicio con el personal de atención antes del inicio de la atención

La empresa ha definido el procedimiento para el recibimiento y atención de los clientes

El personal de servicio saluda a los clientes con amabilidad, estableciendo contacto visual y sonriendo

El personal de servicio conduce y ubica a los clientes hasta la mesa más apropiada a sus necesidades y los ayuda a sentarse

El personal de servicio abre la carta y entrega por la mano derecha de los clientes

El personal de servicio entrega la carta primero a las damas, luego a los caballeros mayores y finalmente a los jóvenes

El personal de servicio se dirige al cliente con respeto y si es posible empleando su nombre

El personal de servicio asiste a los clientes de forma amable en la selección de los platos, brindando sugerencias

El personal de servicio conoce y describe las características de los elementos de la oferta gastronómica

El personal de servicio mantiene una distancia prudente para la toma de pedidos y se para derecho, apoyando la comanda en su mano

El personal de servicio emplea comandas para la toma de pedidos, en la cual indica la distribución y numeración de los comensales y los platos solicitados por cada uno, incluyendo especificaciones

El personal de servicio repite en forma clara el pedido, la cantidad y especificaciones para la conformidad de los clientes



El personal de servicio retira las cartas y sirve el aperitivo

El personal sirve en forma ordenada y exacta los pedidos de los clientes, colocando los platos por el lado derecho del cliente, sirviendo primero a las mujeres y hombres mayores

El personal sirve a todos los comensales al mismo tiempo

Los platos son servidos en el tiempo establecido

Los platos son servidos a la temperatura adecuada

El personal mantiene los dedos en el borde del plato y no toca los alimentos

El personal de servicio emplea la bandeja para llevar y servir las bebidas en la mesa

El personal de servicio mantiene la bandeja en la mano izquierda, mientras sirve con la mano derecha y por la derecha del cliente

El personal de servicio coge los vasos por la base

El personal de servicio coge los cubiertos por el mango

El personal de servicios sirve moviéndose alrededor de la mesa, evitando cruzar sobre los clientes

El tiempo transcurrido entre el servicio de un plato y otro no excede los 10 minutos

El personal de servicio, durante la comida se asegura que todo está conforme y averigua si los clientes necesitan algo más

El personal de servicio, durante todo el servicio debe mantenerse atento a las necesidades del cliente

Si el cliente se queja por algo, el personal de servicio demuestra interés y comunica al administrador

El personal de servicio retira los platos cuando todos han terminado de comer

El personal de servicio verifica la satisfacción de forma verbal

El personal de servicio presenta la cuenta a solicitud del cliente, en un plazo máximo de 5 minutos posteriores a que ha sido solicitada

El personal de servicio comprueba la exactitud del comprobante de pago antes de su entrega al cliente

El personal de servicio presenta la cuenta con la cara abajo y en una bandejita limpia

Cuando los clientes están por irse, el personal de servicio agradece amablemente, ayuda con las sillas y los invita a regresar

El personal de servicio desmonta las mesas, respetando las normas de seguridad y sanidad en la manipulación de cristalería, cubertería y mantelería

El personal de servicio procede al montaje de las mesas de acuerdo a las normas establecidas

Servicio de bar    Existe un control de inventario impreso

Existe un par de stock de botellas de bebidas en la barra

Existe un montaje preestablecido para las baterías y displays de la barra

Se disponen de recetas estándar de las bebidas, la que incluye la presentación de las mismas

El personal emplea las receta estándar para la preparación de las bebidas

El personal cuenta con uniforme apropiado y en buenas condiciones

Se emplean de forma adecuada cada uno de los implementos y utensilios

El personal emplea cristalería adecuada para cada tipo de bebidas

Cierre de  
comedor

El personal cuenta con los equipos y materiales necesarios para hacer la limpieza del comedor

El personal repone los implementos faltantes en el comedor

El personal hace el desmontaje de mesas, mostradores y exhibidores

El personal realiza la limpieza y desinfección del mobiliario

El personal apaga los equipos eléctricos

El personal lleva a cabo el control de cierre del comedor empleando un

check list

El personal elabora el reporte de ocurrencias

Cierre del centro de producción Se dispone de un formato de control de bajas y productos malogrados

Los equipos se lavan desmontando las partes removibles

Los productos sobrantes se guardan en envases apropiados

El personal realiza la limpieza y ordena la batería y utensilios de cocina de cada sección

Todo el centro de producción se deja ordenado y sanitizado

Mantenimiento Se cuenta con un plan de mantenimiento preventivo de las instalaciones y equipamiento

Se cuenta con un registro de las intervenciones de mantenimiento correctivo

Limpieza y desinfección Se cuenta con un plan de limpieza y desinfección

Se dispone de procedimientos de saneamiento para gestionar la limpieza y desinfección de las instalaciones y equipamiento

Se cuenta con un plan de manejo integral de plagas

Se cuenta con un espacio independiente y señalizado para el almacenamiento de productos y equipos de limpieza y desinfección,

debidamente identificados



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FICHA DE OBSERVACIÓN  
GESTIÓN DEL SERVICIO  
ALOJAMIENTO**

<b>SUB DIMENSIÓN</b>	<b>ITEM</b>	<b>CUMPLE SI NO</b>	<b>OBSERVACIÓN</b>
Reservas	Se cuenta con un sistema que permita controlar las reservas		
	Las reservas se responden en los plazos establecidos		
	Las reservas se documentan indicando datos del huésped, características y cantidad de habitaciones, datos de contacto, etc.		
	Se informa sobre las políticas del establecimiento y las condiciones de la reserva		
	Se reconfirma la información de la reserva con el cliente		
	Se despide con amabilidad agradeciendo la reserva		

	Se informa a recepción sobre las reservas atendidas
Atención del teléfono	<p>Se contesta antes de la tercera timbrada</p> <p>Se saluda indicando el nombre del establecimiento y el de la persona que responde</p> <p>Se emplea un tono de voz claro y amable</p> <p>Se cuenta con una libreta para registrar los recados</p> <p>Se pide el nombre a quien llama para poder personalizar el servicio</p> <p>Se despide con amabilidad agradeciendo la llamada</p> <p>Se lleva un control exhaustivo de las llamadas telefónicas</p>
Ingreso del huésped	<p>La empresa dispone de un método para gestionar el ingreso de los huéspedes</p> <p>El personal está uniformado e identificado</p> <p>El personal presenta un cuidado esmerado de su persona</p> <p>El personal de portería ayuda al huésped a bajar de vehículo, saluda y ofrece ayuda con el equipaje</p>

El personal de portería acompaña al huésped hasta la recepción para el registro

El personal de recepción saluda con amabilidad al huésped y consulta si tiene reserva

El personal de recepción informa sobre las condiciones de la reserva o de la habitación

El personal de recepción orienta al cliente en el llenado del registro

El personal de recepción solicita el documento de identidad al huésped y le saca una copia

El personal de recepción aplica las políticas de cobro del establecimiento

El personal de recepción asigna la habitación de acuerdo a las necesidades del cliente

El personal de recepción informa sobre los servicios del establecimiento

El personal de recepción entrega las llaves y control remoto al botones

El personal de recepción apertura la cuenta del huésped e informa a las demás áreas sobre el ingreso

El botones ayuda con el equipaje y conduce al huésped a la habitación

El botones toca la puerta antes de abrir la habitación

El botones ingresa a la habitación e invita a pasar al huésped



	El botones coloca el equipaje en el lugar establecido
	El botones verifica e indica el funcionamiento de los equipos y verifica la dotación de suministros de la habitación
	El botones se despide del huésped deseándole una feliz estadía
Estadía	El personal atiende las necesidades y pedidos del huésped de modo diligente
	No se brinda información del huésped a terceras personas
	El personal de recepción registra todos los consumos del huésped
	El personal de recepción elabora el reporte de ingresos
	El personal de recepción emplea el cuaderno de ocurrencias
	El personal de recepción brinda información sobre sitios de interés y actividades sociales y culturales
	El personal de recepción atiende y da solución a las quejas de los clientes
Salida del huésped	La empresa dispone de un método para gestionar la salida de los huéspedes
	El personal de recepción comunica la botones la salida del huésped para que lo ayude con el equipaje

El botones verifica el estado de la habitación y el posible olvido de pertenencias del huésped

El botones lleva el equipaje a la recepción

El recepcionista verifica los consumos y entrega al cliente la cuenta para que de su visto bueno

El recepcionista elabora el comprobante de pago según las indicaciones del cliente

El recepcionista entrega el comprobante y realiza el cobro según corresponda

En caso de pago con tarjeta de crédito se verifica que se haya firmado la copia del cargo

En caso de cobros diferidos se verifica que se firme la aceptación de la factura

El recepcionista agradece la estadía y desea un buen viaje al huésped

El botones conduce al huésped hasta su movilidad, despidiéndolo, agradeciendo su estadía y deseándole buen viaje

El recepcionista cierra la cuenta del cliente y archiva el comprobante de pago

El recepcionista comunica al personal de limpieza la salida del huésped

Limpieza de habitaciones

El personal de limpieza tiene asignado un número adecuado de habitaciones para limpiar

El personal de limpieza coordina con recepción la limpieza de habitaciones

El personal de limpieza establece prioridades en la limpieza de habitaciones

El personal de limpieza tiene una rutina preestablecida y una técnica adecuada para la limpieza de las habitaciones según tipo y ocupabilidad

El personal de limpieza toca la puerta antes de ingresar

El personal de limpieza ventila la habitación antes de limpiar

El personal de limpieza verifica el funcionamiento de los equipos y los desconecta

El personal de limpieza retira la ropa sucia y la basura de la habitación

El personal de limpieza limpia el baño empleando guantes y productos de limpieza adecuados

El personal de limpieza dota de suministros y toallas al baño

El personal de limpieza limpia la habitación de forma minuciosa

El personal de limpieza tiende las camas según los estándares del establecimiento

El personal de limpieza mantiene en su lugar las pertenencias del huésped

El personal de limpieza registra e informa a recepción sobre los objetos olvidados por los huéspedes

El personal de limpieza verifica el orden y limpieza de la habitación antes

de salir

El personal de limpieza informa a recepción sobre la limpieza de la habitación

El personal de limpieza saluda de modo cordial a los huéspedes que encuentra a su paso

El personal de limpieza reporta las averías y desperfectos a recepción

Limpieza de áreas comunes

La limpieza de áreas comunes se lleva a cabo en horarios que no interrumpen a los clientes

Se emplean equipos de señalización para evitar accidentes

En caso de encontrar objetos personales de los clientes, se entrega a recepción indicando hora y lugar

Se verifica el funcionamiento de equipos e iluminación

Se reportan las averías y desperfectos a fin de ser solucionados con prontitud

Se evita poner elementos de limpieza interfiriendo los lugares de paso

Antes de ingresar en zonas como los servicios higiénicos se asegura que no hay clientes o que estos son conscientes de la entrada del personal

Preparación de alimentos y bebidas

El personal de producción de alimentos lleva a cabo su tarea respetando las normas de higiene

El personal de producción de alimentos se guía de recetas estándar para la preparación de los platos

El personal de producción elabora los platos en el tiempo establecido

Servicio de  
alimentos y  
bebidas

El personal de producción cuida de la presentación de los platos terminados

El personal de atención del restaurante saluda con amabilidad a los huéspedes

El personal recomienda una ubicación a los clientes

El personal ayuda con las sillas a los clientes

El personal ofrece la carta abierta a los clientes

El personal de atención toma los pedidos de los huéspedes, anotando las especificaciones

El personal posee conocimientos de la oferta gastronómica

Se sirven los platos de la mesa todos a la vez

Se sirve primero a las damas, luego a los caballeros adultos y finalmente al anfitrión

Se evita tocar los alimentos con las manos

Durante todo el servicio se mantendrá una constante atención a las necesidades de los clientes

En caso de clientes externos se presentará la factura cuando sea requerida por el cliente

En caso de huéspedes se hará firmar la comanda para ser cargada a la cuenta corriente

Las mesas se limpiarán inmediatamente terminado el servicio

El personal agradece la presencia de los huéspedes con amabilidad

Mantenimiento Se cuenta con un plan de mantenimiento preventivo de las instalaciones y equipamiento

Se cuenta con un registro de las intervenciones de mantenimiento correctivo

## **ANEXO 2 INSTRUMENTOS EMPLEADOS EN EL META ANÁLISIS**

### **FICHA PARA OBTENER DATOS SOBRE LA HISTORIA DE LAS EMPRESA**

<b>Empresa</b>	<b>Fecha de Creación</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Logros</b>
----------------	--------------------------	------------------	---------------

**FICHA PARA OBTENER DATOS RELACIONADOS A LA ORGANIZACIÓN DE LAS EMPRESAS**

<b>Empresa</b>	<b>Organigrama</b>		<b>Áreas identificadas</b>	<b>Cantidad de personal</b>
	<b>Si</b>	<b>No</b>		

**FICHA PARA OBTENER DATOS RELACIONADOS A LA OFERTA DE LAS EMPRESAS**

<b>Empresa</b>	<b>Oferta</b>	<b>Tipo de servicio</b>	<b>Capacidad instalada</b>	<b>Horario de atención</b>
----------------	---------------	-------------------------	----------------------------	----------------------------



**FICHA PARA OBTENER DATOS RELACIONADOS CON LA DEMANDA DE LAS EMPRESAS**

**Empresa**

**Demanda a la que atiende**

**Días de mayor demanda**

### **FICHA PARA OBTENER INFORMACIÓN REFERENTE AL PERFIL DEL PERSONAL DE LAS EMPRESAS**

Empresa	Sexo	Procedencia	Edad	Nivel de estudios	Vínculo de la especialidad con el puesto	Área de desempeño en la empresa	Tiempo trabajando en la empresa	Recepción de capacitaciones en la empresa	Tipo de capacitación recibida
---------	------	-------------	------	-------------------	--	---------------------------------	---------------------------------	---	-------------------------------

de trabajo

**FICHA PARA OBTENER INFORMACIÓN REFERENTE AL CUMPLIMIENTO DE ESTÁNDARES DERIVADOS DE LAS BUENAS PRÁCTICAS**

Empresa	Gestión Administrativa		Infraestructura y equipamiento		Gestión del servicio		Gestión medio ambiental		Gestión socio cultural	
	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No Cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple