



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE Y
PROPUESTA DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO HOTELES 3
ESTRELLAS EN EL DISTRITO DE TRUJILLO, 2019.**

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

AUTOR

**SANTOS ESPERANZA ALVAREZ ALFARO
ORCID: 0000-0003-2753-1453**

ASESOR

**Mgtr. PELAEZ VALDIVIESO, JOSÉ VICTOR
ORCID: 0000-0002-2186-0398**

**TRUJILLO-PERU
2019**

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

SANTOS ESPERANZA ALVAREZ ALFARO

ORCID: 0000-0003-2753-1453

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

ASESOR

Mgtr. PELAEZ VALDIVIESO, JOSÉ VICTOR

ORCID: 0000-0002-2186-0398

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables, Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de
Administración, Trujillo, Perú

JURADO

Mgtr. BOCANEGRA CRUZADOM MÁXIMO ANTONIO

ORCID: 0000-0003-0829-1511

Dr. RUBIO CABRERA, MEDARDO HERMOGENES

ORCID: 0000-0002-3094-0218

Mgtr. RIVERA PRIETO, HECTOR ASCENCION

ORCID: 0000-0002-3924-3048

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. BOCANEGRA CRUZADO MÁXIMO ANTONIO

Presidente

Dr. RUBIO CABRERA MEDARDO HERMOGENES

Miembro

Mgtr. RIVERA PRIETO HÉCTOR ASCENCION

Miembro

Mgtr. PELAEZ VALDIVIESO JOSÉ VÍCTOR

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios, por estar conmigo en cada paso que doy, por darme las fuerzas y perseverancia para afrontar la vida con optimismo y mucha fe.

A mi Amada Hija Indira Gabriela a mis padres Hernando y Melva; y hermano Aldo por su infinito amor, paciencia y apoyo incondicional en todo momento.

Un agradecimiento especial a mí asesor Mgtr. PELAEZ VALDIVIESO JOSE VICTOR de la Universidad los Ángeles de Chimbote, por su apoyo imprescindible.

DEDICATORIA

A Dios

*Quien supo guiarme y demostrarme
a cada momento que con humildad,
paciencia y sabiduría.*

*A mi amada hija Indira Gabriela a
Mis Queridos Padres Hernando y
Melva y Hermano Aldo.*

*Con todo mi cariño y amor a esas
personas muy importantes para mí
que permitieron que pueda cumplir
mis sueños y metas.*

RESUMEN

El presente trabajo de investigación intenta explicar cómo una la Gestión de Calidad en el enfoque de atención al cliente y propuesta de mejora en el rubro de hoteles tres estrellas, facilitaría la competitividad del sector turismo en el Distrito de Trujillo, Provincia de Trujillo ,Región La Libertad, pues la Calidad entendida como la superación de las expectativas al satisfacer las necesidades de los clientes se ven influenciadas directamente por la atención al cliente y como consecuencia se ven reflejados en os resultados de rentabilidad de las organizaciones.

La Gestión de Calidad en las empresas del sector hoteles, inciden la competencia, incrementando la productividad de las empresas que lo integran, aumentando la capacidad de innovar, y lograr acceder a nuevos mercados estimulando el posicionamiento del destino turístico.

Así mismo, la presente investigación tuvo como objetivo general describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles en el Distrito de Trujillo, 2019. La investigación fue no experimental, descriptiva, cuantitativa y transversal; con una muestra de 25 empresas hoteleras y, se aplicó una encuesta de 23 preguntas.

Palabras claves: Calidad, Gestión, Mypes y Planeamiento.

ABSTRACT

The present research paper tries to explain how a Quality Management in the approach of customer service and proposal of improvement in the category of three star hotels, would facilitate the competitiveness of the tourism sector in the District of Trujillo, Province of Trujillo, Region La Freedom, as Quality understood as exceeding expectations when satisfying the needs of customers are directly influenced by customer service and as a result are reflected in the profitability results of organizations.

Quality Management in the companies of the hotel sector, affect competition, increasing the productivity of the companies that integrate it, increasing the ability to innovate, and gain access to new markets by stimulating the positioning of the tourist destination.

Likewise, the present investigation had as a general objective to describe the main characteristics of quality management under the focus of customer service, in the micro and small companies of the services sector, heading hotels in the District of Trujillo, 2019. The research was non-experimental, descriptive, quantitative and transversal; with a sample of 25 hotel companies and, a survey of 23 questions was applied.

Keywords: Quality, Management, Mypes and Planning.

CONTENIDO

Título de la tesis.....	i
Equipo de Trabajo	ii
Hoja de firma del jurado y asesor	iii
Agradecimiento	iv
Dedicatoria	v
Resumen	vi
Abstract.....	vii
Contenido	viii
Índice de tablas y figuras	x
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura.....	13
2.1.- Antecedentes	13
2.2.- Bases Teóricas	32
III. .Hipótesis	45
IV. Metodología.....	45
4.1. Diseño de la Investigación.....	45
4.2. Población y muestra.....	46
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	47
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	51
4.5. Plan de análisis	51
4.6. Matriz de consistencia	52
4.7. Principios éticos	53
V. Resultados	57
5.1. Resultados	57
5.2. Análisis de resultados	61
5.3. Propuesta de mejora	68
VI. Conclusiones	69
VII. Recomendaciones	71
Referencias bibliográficas	72

Anexo 1. Cronograma	74
Anexo 2. Presupuesto	76
Anexo 3. Instrumentos de recolección de datos	77
Anexo 4. Figuras	84
Anexo 5. Muestra y Población	95
Anexo 6. Lista de Mypes.....	133

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla 1. Características de los representantes de las Mypes del rubro hoteles 3 estrellas, en el Distrito de Trujillo, 2019.	57
Tabla 2. Características de las Mypes del rubro hoteles 3 estrellas, en el Distrito de Trujillo, 2019	58
Tabla 3. Características de la Gestión de calidad en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro hoteles 3 estrellas en el distrito de Trujillo, 2019.....	59

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad.....	84
Figura 2. Género.....	84
Figura 3. Grado de instrucción.....	85
Figura 4. Cargo que desempeña	85
Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo	86
Figura 6. Permanencia en el rubro.....	86
Figura 7. Número de Trabajadores.....	87
Figura 8. Personas que trabajan.....	87
Figura 9. Conoce el termino Gestión de Calidad	88
Figura 10. Herramientas modernas que conoce.....	88
Figura 11. Se cuenta con planificación estratégica hacia el desarrollo sosten...	89
Figura 12. El Personal se Identifica con la Empresa	89
Figura 13. Se promueve la participación del Personal	90
Figura 14. La empresa crea puestos de trabajo	90
Figura 15. Conocen el termino atención al cliente.....	91
Figura 16. Se brinda buena atención al cliente para conservarlo	91
Figura 17. El personal transmite un buen Servicio	92
Figura 18. Se ofrece un servicio rápido al cliente.....	92
Figura 19. El personal del hotel es amable.....	93
Figura 20. El hotel se preocupa por el bienestar de los clientes	93
Figura 21. La empresa capacita al personal para mejorar la calidad	94

I. INTRODUCCIÓN.

Según el Department of Economic and Social Affairs Economic Analysis, de la ONU (2019), en su estudio: Situación y perspectivas de la economía mundial en 2019, menciona que es prioridad desarrollar políticas para reducir los peligros para la economía mundial, nos menciona que Para conseguir los objetivos de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de la ONU, la economía global ha de ser altamente dinámica e inclusiva. Los gobernantes son los llamados a formular políticas en sus respectivos países para reducir los peligros derivados de las incertidumbres, cambios globales y debilidades financieras. Según el estudio el desarrollo económico mundial se mantuvo inalterable en 2018, a un ritmo de 3,1 % debido al incremento que se originó en las políticas fiscales en los EE.UU. Los principales indicadores señalan que hubo un cierto debilitamiento de la economía mundial en el año 2019, la que llegó a un 3 %, los indicadores económicos en la última década, muestran que se ha originado por una baja de los ingresos per cápita a nivel global, por lo tanto, se advierte un débil crecimiento del ingreso per cápita en América Latina y el Caribe. Las naciones que no han realizado un crecimiento están inmersas en conflictos armados, disturbios civiles e inestabilidad política, social y económica. Según Banco de Desarrollo de América Latina CAF (2018) En relación con las micro y pequeñas empresas en su informe sobre América Latina: en busca de pymes más competitivas indica que “éstas constituyen el 90% de las empresas de América Latina, generando más de la mitad de los empleos y una cuarta parte del PIB. Así mismo, indica que se constituyen como un elemento decisivo para desarrollo económico de las regiones.

Sus oportunidades de crecimiento se multiplican anualmente de forma exponencial, de la misma manera que lo hacen los retos que deben afrontar para subsistir, que pueden resumirse en cómo

integrarse en el comercio regional, renovarse, innovar o mejorar la calidad de los empleos que generan”. Se conjetura que el 60% de empleados en Latinoamérica laboran en organizaciones de uno a cinco empleados. Son diversos desafíos que enfrentan las Mypes en Latinoamérica, siendo las más importantes: baja productividad, competitividad, efectividad e informalidad laboral y fiscal. Según el en su estudio Medición económica del Turismo (2016) menciona que en las últimas décadas, el mundo ha sufrido numerosas crisis debido a problemas financieros, sociales y económicos que han trastornado la economía mundial y han provocado pérdida de ingresos, empleos y estabilidad social , qué duda cabe que el turismo y en especial la hotelería la que ha venido experimentado un continuo crecimiento y una profunda transformación, hasta convertirse en uno de los sectores que progresan más rápidamente a nivel mundial y convertirse hoy en día en una fuente de ingresos sostenible para el desarrollo de economías emergentes que buscan aprovechar el uso de sus recursos y respetando el entorno social y ambiental ,por lo que es visto hoy en día ,como uno de los sectores económicos más estables a nivel mundial. El turismo es un sector que ayuda al crecimiento y desarrollo de la economía de los países en vías de desarrollo, constituyéndose como uno de los factores trascendentales en la lucha contra la pobreza. Tiene carácter transversal porque está conformado por diversas actividades económicas. La situación de hoy en día ha demostrado que se debe de contar con un sistema de gestión de calidad el cual asegure la garantía de los servicios ofrecidos un sistema que le permita a la organización diferenciarse y obtener una ventaja significativa con sobre los competidores en el rubro hotelero.

Las Mypes en Perú emplearon a 8.4 millones de personas, lo cual representa el 46.8% de la Población Económicamente Activa (PEA), sus ventas representaron el 19% del Producto Bruto Interno (PBI) peruano en 2018 y empleando a 8.4 millones de personas lo cual, representa el

46.8% de la Población Económicamente Activa (PEA), según informó la gerente general de ComexPerú, Jessica Luna. También indicó que el 83.3% de las 5.9 millones de micro y pequeñas empresas peruanas operaron en la informalidad el 2018, por lo que esta situación constituye uno de los desafíos más importantes para el Perú. Luna aseguró que este porcentaje de 83.3% es mayor en 1.8 puntos porcentuales respecto al 2017 (81.5%). Según COMEXPERU (2017), desarrollar ventajas competitivas en las Mypes resulta esencial para el crecimiento económico de nuestra nación, en la medida que éstas generan una gran fuente de mano de obra, así mismo, nos indica que las microempresas se constituyen con un 95.8% del total de empresas en el país, mientras que las pequeñas empresas, un 0.1%. Según Ortega afirma que las empresas en España ejercen diversas actividades de las cuales el 81.4% son las que se dedican al sector de servicios, incluyendo a esto el 22.4% representa al sector comercio; tomando como modelo al sector económico esto varía según el número de empleadores de las cuales las industrias que representan 85% son microempresas de las cuales 47.1% poseen entre 1 a 9 colaboradores. Algunas de las principales características que más se destacan en España son por su actividad, empleo, condición jurídica y por la cantidad de ingreso que obtiene; a continuación se detalla que el 80.5% de la totalidad de la empresas desarrollan sus actividades en el sector servicio de las cuales el 24.3% son del sector comercio, el 50.4% corresponden a otros tipos de servicios, el 13.1% representan al sector de construcciones y el grupo más pequeño representando el 6.4% son del sector industrial; en cuanto al empleo que genera las Microempresas que son de 1 a 9 colaboradores representan al 32.6% y las Pequeñas empresa que oscilan entre 10 a 49 colaboradores representan al 18.6% que generan de empleo total; en cuanto a la condición jurídica si se hace énfasis en Pymes entonces la forma societaria más común es la de sociedad limitada y enfatizando a las grandes empresas tienen preferencia más para las sociedades

anónimas; el 97.6% habían tenido ingreso menos de 2 millones de euros , el 1.9% generaron entre 2 y 10 millones de euros, el 0.5% entre 10 a 50 millones de euros y el 0.1% generaron ingresos superando los 50 millones de dólares según Estudio Retrato PYME (como se citó en Facto Por tu Interés, 2016). Según el Reporte Regional de Comercio La Libertad (2017), elaborado por el MINCETUR indica que el Departamento de La Libertad es la segunda región más importante del interior del país en la medida que aporta el 4,9% del PBI nacional. Es una región que produce y exporta bienes minerales, manufacturas y agropecuarios., sin embargo, en el último quinquenio la economía de la región ha crecido por debajo del 3% y el índice de pobreza actualmente es de 22,7%. Según la Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo de la Libertad GERCETUR (2017), se tienen registrados en el Directorio Hoteles Región La Libertad a diciembre del 2017, 376 establecimientos de hospedaje con clase y categoría. El Distrito de Trujillo oferta 251 establecimientos de hospedajes con categoría representando el 67% de la población total de establecimientos, ofertando, 4673 habitaciones, 8316 camas. El rubro hoteles en la Región de la Libertad cuenta con Mypes, constituidas bajo el amparo familiar, los integrantes evidencian un bajo conocimiento de administración, gestión de calidad y atención al cliente originando con ello una disminución en el tiempo de estancia y de los huéspedes afectando directamente la rentabilidad de la empresa.

El Distrito de Trujillo es unos de los distritos más poblados de la provincia de Trujillo por lo tanto los hospedajes albergan más huéspedes que día a día arriban a nuestra ciudad en busca de satisfacer sus necesidades de ocio y que al hacer usos de los establecimientos de hospedajes se encuentran en contacto permanente con la Gestión de calidad de dichos establecimientos reflejando la atención al cliente generando con su satisfacción fuentes de empleo y oportunidades de desarrollo, esto hace que gente de afuera venga y así generar más rentabilidad

y posicionarse en el mercado de la industria de la Hotelería y el Turismo. Es importante mencionar que el servicio de atención al cliente es un aspecto fundamental para atraer a nuevos clientes y mantener el posicionamiento con los que ya se tienen, son diversos los estudios que indican que el no cuidar éste elemento, resulta altamente dañino para las organizaciones. Los clientes valoran una excelente atención al cliente. Actualmente el cliente es cada vez más exigente y debemos de ofrecerles un servicio de calidad para satisfacer sus expectativas, es fundamental conocer sus necesidades, deseos y emociones, para poder elaborar las estrategias eficientes en la búsqueda de una gestión de calidad. A medida que la sociedad se va modernizando podemos observar que el incremento del turismo es cada vez es mayor, en la última década ha contribuido en el rubro hotelero, generando más puestos de trabajo. Este puede ser rentable si se maneja de una manera adecuada, actualmente existe muchos hoteles, pero se tiene que tener en cuenta que no todos los hoteles brindar un servicio de calidad y confort a sus clientes por lo cual no ven incrementada sus ganancias, en la actualidad la competencia de las organizaciones es cada vez más agresiva por tanto los clientes se vuelven más exigentes y la gestión de calidad se vuelve un pilar imprescindible para el éxito en la vida empresarial.

En relación con las micro y pequeñas empresas el Banco de Desarrollo de América Latina CAF indica que “éstas constituyen el 90% de las empresas de América Latina, generando más de la mitad de los empleos y una cuarta parte del PIB. Así mismo, indica que se constituyen como un elemento decisivo para desarrollo económico de las regiones. Sus oportunidades de crecimiento se multiplican anualmente de forma exponencial, de la misma manera que lo hacen los retos que deben afrontar para subsistir, que pueden resumirse en cómo integrarse en el comercio regional, renovarse, innovar o mejorar la calidad de los empleos que generan”. Por otro lado, indican que las micro y pequeñas empresas latinoamericanas tienen una amplia presencia en

todos los sectores productivos desde el comercio y la industria hasta los servicios. Se conjetura que cerca del 60% de latinoamericanos trabajan en empresas de cinco o menos empleados. Son muchos los desafíos que afrontan, pero los más apremiantes tienen que ver con la baja productividad, competitividad y eficiencia y, a nivel estructural, con una demasiada alta informalidad laboral y fiscal. En España, las Mypes están fraccionados en dos sectores, una de las cuales están compuesta por las denominadas grandes empresas que representan el 1 % del total empresariado; y el otro grupo está compuesto por los denominados Pyme que conforman las pequeñas y medianas empresas que representan el 99% .En España se constituyen como clave para el desarrollo ya que son generadoras de empleo contribuyendo el sector con el 65.9% de la población económicamente activa , muy similar a las cifras para la comunidad europea 66.4%; agregando que las Pymes contribuyen con el aumento del empleo durante los últimos 5 años en porcentajes de 4.54% y 4.01% , las empresas en España se desarrollan a diversos sectores de las cuales el 81.4% se orientan al sector de servicios, el 85% de éstas son microempresas, de las cuales, el 47.1% cuentan con 1 a 9 colaboradores.

En España , se ha determinado según estudio que las microempresas se destacan más por su actividad económica, generación de empleo, condición jurídica y por la cantidad de renta que generan; el 80.5% de las empresas en España pertenecen al sector servicio ; en cuanto al empleo indica que las que cuentan de 1 a 9 colaboradores son del 32.6% y las que tienen entre 10 a 49 son del 18.6% ; la condición jurídica predominante es la sociedad limitada; el 97.6% generaron ingresos por menos de 2 millones de euros ,según lo mencionado por el Estudio Retrato PYME . Según el portal Dinero, en Colombia, existen 2,5 millones de micro, pequeñas y medianas empresas. Por regiones, 66% de este segmento se ubica en Bogotá. Colombia ha necesitado de 25 años para desarrollar su economía en ésta evolución, el sector fabril ha contribuido en gran

manera al desarrollo de las microempresas, pequeñas y medianas empresas. Las Mipymes generan alrededor de 67% del empleo y aportan 28% del Producto Interno Bruto (PIB). “No cabe duda sobre la importancia de las Pymes para nuestro país. Las micro, pequeñas y medianas empresas son fundamentales para el sistema productivo colombiano, como lo demuestra el hecho de que, según el Registro Único Empresarial y Social, en el país 94,7% de las empresas registradas son microempresas y 4,9% pequeñas y medianas”, a inicios del año 2016 se contaban con 2’518.181 Mipymes, de ellas 1’561.733 son de personas naturales y 979.220 de sociedades. Según lo mencionado por Julián Domínguez, presidente de la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio. Según el portal La República, en las Mipymes de Colombia siempre se encuentra un común denominador y es que el micro y pequeñas empresas no tienen la capacidad para conservar el mercado abierto, también cuentan con dificultad para acceder de tecnologías de la información y financiamiento.

En el Perú según el portal la voz de los emprendedores en su portada del 29 de Mayo 2019 menciona los 08 principales problemas que impiden que las pymes se desarrollen:

1. Débil conocimiento del mercado. Este problema se origina por desconocimiento de la competencia, los microempresarios no están preparados de darle valor agregado a su producto o servicio. Sumado a ello no aplican herramientas de mercadología, no realizan estudios de mercados para conocer las necesidades y deseos de los clientes.
2. Débil organización interna. Esto, se refleja en una insuficiente gestión por parte de los microempresarios que en su mayoría cuentan con estudios técnicos, lo cual, provoca ineficientes procedimientos, así como un inoportuno servicio al cliente.
3. Débil producción planificada. Esto es, por desconocimientos de sistemas que les permitan

a las pymes administrar la calidad de sus procesos.

4. Mala distribución del trabajo. Esto debido al desconocimiento de los microempresarios de sistemas eficientes de personal que le permitan optimizar, los tiempos de producción. Sumado a ello, se verifica la usencia de manuales administrativos que les permitan a los trabajadores conocer sus funciones y responsabilidades para lograr la efectividad en sus centros laborales.

5. Contabilidad defectuosa. Esto debido al bajo conocimiento de aspectos contables, a la falta de estados financieros y por lo tanto no contar con información oportuna para la toma de decisiones, estos son problemas cotidianos en las pymes.

6. Falta de Innovación tecnológica. Esto debido a la falta de información de lo que piden y exigen los clientes sumados a la débil inversión en tecnologías que permitan la innovación e los procesos de producción.

7. Falta de financiamiento. Escasas instituciones Financieras en la actualidad brindan líneas de crédito a sus clientes y debido a sus políticas que ponen en riesgo a la misma empresa sujeta de crédito.

8. Débil planificación de compras. Esto originado por el desconocimiento de operaciones de logística, que ve compras, almacenamiento y distribución.

En el Perú según el portal del Diario La República en su portada del 29 de Mayo 2019 menciona que el 59% de mypes tendría problemas para contratar personal calificado, un 55,9% indico que no hallan técnicos especializados, y el 37,8% tiene inconvenientes para contratar a un profesional eficiente, el 60,5% inconvenientes para contratar operarios calificados, el 59,3% indicó que es complicado hallar técnicos debidamente capacitados. En relación a los motivos de ésta falta de personal sería que los solicitantes no cuentan con la experiencia solicitadas por

las organizaciones, sumado a ello la débil formación académica de los candidatos. En el Perú Según el portal Andina en su portada del 20 de Junio 2019 menciona que el 26% de las mypes están lideradas por papás, el comportamiento progresista de los padres de familia de éste segmento logra brindar una mejor calidad de vida a su familia. “Los mypes emprendedores representan el 68% de la población económicamente activa del país. Según el informe del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Perú ocupa el primer lugar en cuanto al índice de espíritu emprendedor en Latinoamérica y quinto a nivel mundial”, explicó Talledo. Los problemas más recurrentes para el crecimiento de una microempresa son; falta de tiempo para distribuir sus aspiraciones académicas con el cuidado y atención familiar, no contar con la solvencia económica para promover sus proyectos familiares, entre otros.

Asimismo, describe el perfil del papá peruano progresista:

- 1) Es Trabajador.
- 2) Expertos con su economía.
- 3) Emprendedores Empresarios.
- 4) Innovadores.
- 5) Estudiosos.

Según el Gobierno Regional de La libertad (2013), en su informe ESTADÍSTICAS MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA REGIÓN LA LIBERTAD, menciona algunas particulares de las Mypes de nuestra región indicando que: “el segmento de 01 a 05 trabajadores representa el 84,03%, de 6 a 10 trabajadores el 10,60 %. de 11 a 20 3,67%, de 21 a 50 y de 51 a 100 trabajadores con el 1,38 y el 0,33%”. El Distrito de Trujillo es uno de los distritos más poblados de la provincia

de Trujillo por lo tanto los hospedajes albergan más huéspedes que día a día arriban a nuestra ciudad en busca de satisfacer sus necesidades de ocio y que al hacer usos de los establecimientos de hospedajes se encuentran en contacto permanente con la Gestión de calidad de dichos establecimientos reflejando la atención al cliente generando con su satisfacción fuentes de empleo y oportunidades de desarrollo, esto hace que gente de afuera venga y así generar más rentabilidad y posicionarse en el mercado de la industria de la Hotelería y el Turismo. Por todo lo mencionado y descrito se plantea el siguiente problema de investigación: ¿Cuáles son las características de la Gestión de calidad en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro hoteles 3 estrellas en el distrito de Trujillo, 2019?.

Para dar respuesta a la presente investigación, se ha planteado el siguiente objetivo general: Determinar las características de la Gestión de calidad en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro hoteles 3 estrellas en el distrito de Trujillo, 2019. Para lograr el objetivo general, se ha planteado objetivos específicos:

- Determinar las características de los representantes de las Mypes del rubro hoteles 3 estrellas, en el Distrito de Trujillo, 2019.
- Determinar las características de las Mypes del rubro hoteles 3 estrellas, en el Distrito de Trujillo, 2019.
- Determinar las características de la Gestión de calidad en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro hoteles 3 estrellas en el distrito de Trujillo, 2019.
- Elaborar propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios hoteles 3 estrellas en el distrito de Trujillo, 2019.

La siguiente investigación se justifica porque permite reconocer las principales características de los representantes de las Mypes, adicionalmente permitirá conocer las características principales de las Mypes, asimismo, se justifica porque permite describir y conocer las características esenciales referentes a la variable central de estudio que es atención al cliente enfocándolo a la gestión de calidad referente a las Mypes. Adicionando la presente se justifica porque sirve como base para la elaboración de antecedentes para futuras investigaciones que se realizarán enfocándolas a la variable de estudio que es atención al cliente enfocado en la gestión de calidad, haciendo referencia que la investigación permitirá generalizar el estudio a varias empresas que pretenden mejorar sus procesos, basándose en teorías de grandes autores.

Por lo tanto, éste trabajo se justifica en diversos aspectos: en relación al valor social la investigación se justificará porque los microempresarios podrán conocer y entender sobre los problemas que existen por no realizar una gestión de calidad en atención al cliente, para tomar medidas de solución. En relación al valor metodológico se justificará, porque, una vez el instrumento ya formulado y validado puede servir para realizar estudios similares en las organizaciones y aprovechando las partes importantes que pretende extraer y analizar.

En relación al valor profesional se justifica porque proporción competencias nuevas que luego se aplicará dentro de una organización. En relación al valor institucional se justificará porque se relaciona con la línea de investigación de ULADECH, haciendo cumplir las normas y reglamentos, brindándonos conocimientos y habilidades para poder enfrentar el mundo empresarial y cumplir con todos los objetivos que nos propongamos en la vida. Adicionando se justifica porque me permite obtener el Título profesional de Licenciado en Administración.

El diseño de la investigación de la presente investigación fue no experimental, transversal y descriptivo; la población muestral estuvo conformada por 25 Mypes de la provincia de Trujillo. La técnica que se utilizó para la investigación fue la encuesta y el instrumento utilizado fue el cuestionario conformado por 21 ítems.

La presente investigación consta de las siguientes partes: Introducción, Revisión de literatura, Hipótesis, Metodología, Resultados, Conclusiones, Aspectos complementarios, Referencias bibliográficas y Anexos.

II. REVISIÓN DE LITERATURA.

2.1. Antecedentes.

Quiroa (2014) en su tesis titulada: Servicio al cliente en hoteles de la ciudad de San Marcos, Guatemala. Se determinó el siguiente problema: ¿Cómo es el servicio al cliente en hoteles de la ciudad de San Marcos?, para dar respuesta al problema se planteó el siguiente objetivo general: Analizar el servicio al cliente en empresas hoteleras de la ciudad de San Marcos. En cuanto a la metodología se ha considerado una investigación de tipo descriptivo, Diseño de campo con enfoque cuantitativo, con alcance descriptivo y transversal. Tiene los siguientes resultados: En base a la investigación se ha determinado que el 49% de los Gerentes, consideran el desempeño de los colaboradores regular, porque consideran que les falta competencia para poder servir mejor. El 34% opina que desempeña su labor como les indican los gerentes. Y el 17% restante opina que la labor de los colaboradores es excelente, y el 34% por mantener un precio accesible, notándose que el servicio y la calidad son aspectos que ni siquiera los consideran importantes. De acuerdo a los resultados el 66% centran su atención en aplicar la técnica de amabilidad y cortesía y el 17% se ubican en la atención al cliente con el fin de satisfacer sus necesidades. Con base a la investigación se ha determinado que el 84% de las empresas hoteleras no capacitan a los colaboradores debido a la falta de un control por el gerente y el 17% ya lo están implementando. Se ha establecido en base a la investigación que el 84% de las empresas hoteleras de la ciudad de San Marcos, llevan un registro de clientes frecuentes para conocer más a los usuarios y brindarles un mejor servicio. En base a la información el 66% de las empresas hoteleras de la ciudad de San Marcos, ofrecen un servicio las 24 horas del día, para brindarles mejor atención

al cliente y el 34% no brinda un servicio completo. De igual manera el hotel es calificado en un 41% como excelente en la atención al cliente, el 27% concluye calificando como buen servicio hotelero y el 23% argumenta que el servicio al usuario es regular porque a los colaboradores les hace falta relacionarse con los usuarios y se finaliza con el 9% que opina que el servicio al cliente es malo. El análisis estadístico permitió llegar a la conclusión que el servicio al cliente es un tema innovador y por lo tanto el grado de conocimiento del mismo es aún bajo y en ocasiones nulo. A su vez es un tema del cual muchos empresarios han escuchado, pero al no estar bien informados o por falta de interés del mismo, no le han dado la atención respectiva es este tema según el objetivo específico número uno. El análisis estadístico, así mismo, permitió llegar a la conclusión que al terminar la investigación se estableció que las empresas hoteleras no cuentan con las técnicas de servicio al cliente, ya que los colaboradores no reciben capacitaciones para mejorar el servicio en los hoteles de la ciudad de San Marcos.

Joubert (2014) en su tesis titulada: Los sistemas de gestión de calidad en el sector hotelero: perspectivas y desafíos para su implementación en hoteles de la ciudad de Neuquén, Argentina. Se determinó el siguiente problema: ¿Los dueños y/o gerentes de hoteles están preparados para un cambio en sus modelos gerenciales orientados hacia un crecimiento organizacional sostenible? Para dar respuesta al problema se planteó el siguiente objetivo general: Indagar sobre la potencialidad y la factibilidad de aplicar SGC en los hoteles de la ciudad de Neuquén y, a partir del análisis, sugerir propuestas que permitan a los gerentes y/o dueños involucrarse paulatinamente en el proceso de implementación de éstos. En cuanto a la metodología se ha considerado una investigación de tipo cualitativa y en ella “se utiliza la recolección de datos sin medición

numérica para describir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación”. La investigación se fundamentó en un proceso inductivo, pretendiendo obtener perspectivas, opiniones y puntos de vista de los involucrados. Tiene los siguientes resultados: La totalidad de los encuestados afirmó que el 40% de los hoteles tiene una antigüedad que no supera los 15 años y el 60% restante oscila entre los 16 años a más de 30 años, siendo este último intervalo donde hay más concentración. El 93% y el 95% de los hoteles de la ciudad son empresas familiares cuya gerencia está constituida por los mismos dueños. Todos los que están al frente de la gerencia poseen estudios superiores terciarios o universitarios, y en cuatro de estos casos su formación está relacionada con hotelería o turismo. En su totalidad, los entrevistados señalaron que han escuchado hablar de los SGC, y tres de ellos, inclusive, han trabajado anteriormente en empresas que los implementaron. Por otra parte, algunos de los objetivos gerenciales que más se repiten están vinculados con la mejora del servicio y los estándares de calidad, mencionando que no solo hay que sorprender al cliente desde la parte física de las instalaciones. Mientras que en las pymes hoteleras predomina un liderazgo informal y de carácter familiar, en el caso de las cadenas es totalmente lo contrario. Allí, la estructura organizacional está muy bien delimitada en cuanto a departamentos y puestos de trabajo. El análisis permitió llegar a la conclusión que la mayoría de los encargados de dirigir las empresas hoteleras no tienen un conocimiento certero de los SGC e inclusive no poseen las bases suficientes como para poder iniciar un proceso de implementación, ya que están orientados principalmente a resolver situaciones del momento y a adaptarse a lo que el entorno les va solicitando. Es decir, no se sabe por qué vuelven los clientes: si es por el precio, porque los atendieron bien, porque el hotel

cómodo, etc. Por lo tanto, no poseen un conocimiento más profundo de sus clientes en relación con lo que realmente necesitan y desean. Los hoteles se orientan a hacer lo que ellos quieren y pueden y no en lo que el cliente realmente está necesitando.

Del Águila (2017), en su tesis titulada: *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro hoteles ecológicos, ciudad de Pucallpa, año 2017*. Se determinó el siguiente problema: ¿Si los gerentes o dueños de las Mypes sector hoteles ecológicos; ¿fortalecieran la gestión de calidad enfocado a la atención al cliente, generarían más productividad en los ingresos, captarían la atención y preferencia por parte de los huéspedes? Para dar respuesta al problema se planteó el siguiente objetivo general: Demostrar que la correcta aplicación de la gestión de calidad en la Mypes del rubro hoteles ecológicos dará como resultado una buena atención y plena satisfacción del cliente por parte de los empleados. En cuanto a la metodología se ha considerado una investigación de tipo descriptivo, Diseño de campo con enfoque cuantitativo, con alcance descriptivo y transversal. El trabajo de investigación cuenta con los siguientes resultados respecto a los propietarios de las Mypes : que el 66.67% de los encuestados tienen la edad de 36 a 50 años y el 33.33% tiene de 51 años a más, el 50% de los representantes de las empresas son del género femenino y el 50% es del género masculino , que el 17% de los representantes tienen estudios básicos, el 50% tiene estudios técnicos y el 33% de los representantes tiene estudios universitarios, que el 33% de los representantes de las empresas son licenciados en administración y el 67% de los representantes tienen otra profesión, que el 17% de los representantes de las empresas son los propios dueños, el 67% ocupa el cargo de administrador de la empresa y el 17% el cargo de representante legal, que el 17% de los representantes de la empresa

tienen de 1 a 2 años de permanencia, el otro 17% tiene de 3 a 4 años de permanencia y el 67% de representantes tiene de 5 años a más , que el 50% de los representantes de la empresa tienen de 1 a 5 colaboradores permanentes y el 50% tiene de 6 a más colaboradores. El trabajo de investigación cuenta con los siguientes resultados respecto a la gestión empresarial se observa que el 17% de los representantes de la empresa conocen muchas técnicas de gestión empresarial, el 67% conocen poco y el 17% de los representantes no conocen acerca de las técnicas de gestión empresarial, que el 33% de los representantes conocen el planeamiento estratégico, el 50% de los representantes conoce la mejora continua y el 17% conoce la lluvia o tormenta de ideas, que el 50% de los representantes se presentan como un líder y el otro 50% se presenta como un colaborador más en la empresa, que el 67% de los representantes si hacen uso de las TIC y el 33% de los representantes no, que el 100% de los representantes si percibe que aplicando una gestión de calidad en su negocio le proporciona resultados que le ayuda a lograr sus objetivos , el 33% de los representantes obtuvo como resultados el aumento de sus ventas, y el 67% de los representantes obtuvo clientes satisfechos, que el 50% de los representantes capacitaron a su personal en el 2016 unas tres veces, y el otro 50% de los representantes capacitó a su personal en el 2017 unas 3 veces. Así mismo, que el 83% de los representantes de las Mypes si evalúa el nivel de satisfacción de sus huéspedes, y el 17% de los representantes no lo hace El análisis permitió llegar a la conclusión: Las Mypes rubro hoteles ecológicos del sector Pucallpa 2017 si capacita a su personal, pero no cada año, hecho que trae cierta disminución en la actualización de los conocimientos adquiridos por los colaboradores de las empresas, sin embargo existe un alto porcentaje en los resultados obtenidos respecto a los clientes satisfechos con el

servicio que brindan. Así mismo, permitió llegar a la conclusión Las Mypes rubro hoteles ecológicos del sector Pucallpa 2017 no cumplen adecuadamente con la gestión de calidad ya que conocen poco al respecto, haciéndose complicada la aplicación de la misma en la empresa, cabe recalcar que esto sucede porque el alto porcentaje de los representantes no tienen como profesión las carreras profesional aptas para cumplir el rol de administrador.

Chinchayan (2016) en su tesis: La gestión de calidad en base al planeamiento estratégico y el compromiso del personal de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hoteles, casi Hotel Ivansino Inn, Chimbote, año 2016, tuvo como objetivo general: Determinar la influencia de la gestión de calidad en base al planeamiento estratégico y el compromiso del personal en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro hoteles-Caso hotel Ivansino Inn, Chimbote, año 2016. La metodología aplicada fue de tipo cuantitativa, descriptiva y correlacional, de diseño no experimental transversal, se utilizó la técnica de la encuesta a todos los colaboradores y se usó como instrumento el cuestionario.

Se obtuvo como resultado que el 55.56% consideran que los planes contribuyen al direccionamiento del Hotel, el 66.67% considera que las estrategias contribuyen en la gestión de calidad, el 66.67% consideran que la visión direcciona a la empresa, el 88.89% realiza análisis Interno para contribuir con la empresa, el 55.56% afirma que la misión direcciona a la empresa, el 66.67% opina que las estrategias contribuyen al cumplimiento de los objetivos, el 55.56% afirma que los compromisos con las metas empresariales están totalmente orientados, el 77.78% están totalmente comprometidos con la productividad de la empresa, el 88.89% están comprometidos con los planes y

objetivos. En conclusión, el personal en su mayoría manifiesta que la visión contribuye al direccionamiento de la empresa en un nivel considerado como regular lo que implica que la totalidad de ellos no está conforma con lo que transmite, según (Chinchayan).

Garrido (2018) en su tesis: Caracterización de la gestión de calidad y el planeamiento estratégico en las Mypes Hoteleras del centro de Piura en el año 2018, tuvo como objetivo general: Determinar las características que tiene la Gestión de calidad y el Planeamiento estratégico en las Mypes del rubro Hotelero del centro de la ciudad de Piura en el año 2018. Se utilizó la metodología de investigación de tipo descriptiva, nivel cuantitativo y de diseño no experimental transversal. La técnica de recolección de datos fue la encuesta y el instrumento utilizado el cuestionario. La población y muestra de estudio estuvo formado por 11 Mypes Hoteleras, de las cuales están conformadas por 43 trabajadores y 11 propietarios.

Se obtuvo como resultado que el 100% si conocen la importancia de la gestión de calidad, el 95% si aplican calidad en su organización, el 42% logran en ocasiones satisfacer al cliente, 51% de los representantes no realizan procesos de planeación, control y mejorara. En conclusión, los propietarios si han elaborado planes estratégicos, pero tiene una gran deficiencia y carencia de los conocimientos pertinentes para efectuar con eficiencia, la cual tienen una gestión débil en sus operaciones y una administración empírica producto de la falta control y cultura organizacional, según (Garrido).

Calderón (2019), en su tesis titulada: *Gestión de calidad con el enfoque de atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro hoteles de dos estrellas de la ciudad de Juliaca año 2019*. Se determinó el siguiente problema: ¿Cómo es la gestión de calidad con el enfoque de atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro hoteles de

dos estrellas de la ciudad de Juliaca año 2019? Para dar respuesta al problema se planteó el siguiente objetivo general: Describir la práctica de gestión de calidad con en el enfoque de atención al cliente en las MYPE del sector servicio rubro hoteles de dos estrellas de la ciudad de Juliaca año 2019. En cuanto a la metodología La investigación se desarrolló con metodología de investigación de tipo descriptivo, el “nivel de investigación cuantitativo y diseño de la investigación no experimental” –transversal, la población fue de 96 clientes, la técnica que se tomo es la encuesta y como instrumento el cuestionario. El trabajo de investigación cuenta con los siguientes resultados respecto a Expectativa de los clientes en cuanto a elementos tangibles: 63 % de los clientes tienen como respuesta muy de acuerdo seguidamente el 28 % de los clientes respondieron que están de acuerdo en cuanto a elementos tangibles. El trabajo de investigación cuenta con los siguientes resultados respecto a fiabilidad, el 66% de los clientes expresaron estar muy de acuerdo, asimismo, el 24% afirma estar de acuerdo y el 1% afirma estar en desacuerdo en cuanto a fiabilidad. El trabajo de investigación cuenta con los siguientes resultados respecto a capacidad de respuesta, el 68% de clientes dijo estar muy de acuerdo, el 24% de acuerdo y el 1% afirman estar en muy desacuerdo en cuanto a capacidad de respuesta. El trabajo de investigación cuenta con los siguientes resultados respecto a garantía, el 75% está muy de acuerdo, 23% de acuerdo y un 2% ni en desacuerdo ni de acuerdo en cuanto a garantía. El trabajo de investigación cuenta con los siguientes resultados respecto a empatía, el 65% expreso estar muy de acuerdo, 24% de acuerdo seguidamente de 11% neutro en cuanto a empatía. Con respecto al resumen de expectativas de los clientes en las dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, garantía y empatía; el 8% tiene una opinión neutra, el 25%

manifiesta estar de acuerdo y el 67% respondió estar muy de acuerdo, con datos obtenidos se deduce que los clientes de los hoteles de dos estrellas tienen expectativas altas en mayoría de las dimensiones. Con respecto al resumen de percepciones de los clientes en las dimensiones de elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, garantía (seguridad) y empatía se observa que el 25% está muy en desacuerdo, 27% en desacuerdo, 19% tiene percepción neutra, 20% de acuerdo y el 10% muy en desacuerdo con los servicios percibidos; con lo cual se deduce que los clientes tienen percepciones bajas del servicio real.

El análisis permitió llegar a la conclusión los hoteles de dos estrellas tienen una deficiente estrategia de gestión de calidad asimismo el servicio de atención al cliente, habiendo insatisfacción de los clientes, Las expectativas de los clientes son alta en las dimensiones de elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, garantía y empatía siendo 92 % de clientes, La percepción de calidad de servicio de los clientes el 52% de los clientes dijo ser una mala atención, Al analizar la brecha entre expectativas y percepciones de los clientes de los hoteles de dos estrellas; se determinó que el servicio prestado es pésimo no cubre las expectables, teniendo como resultado general -1.98 con el cual se deduce que la atención al cliente no es buena y que existe insatisfacción de los clientes.

Cahuaya (2016), en su tesis titulada: *Influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente del hotel la hacienda en la provincia de Angaraes 2015*. Se determinó el siguiente problema: ¿Cómo influye la calidad de servicio en la satisfacción del cliente del Hotel La Hacienda en la provincia de Angaraes 2015? Para dar respuesta al problema se planteó el siguiente objetivo general: Determinar la influencia de la

calidad de servicio en la satisfacción del cliente del Hotel La Hacienda en la provincia de Angaraes 2015. En cuanto a la metodología La investigación se desarrolló con metodología de investigación de tipo cualitativa, del nivel de investigación Descriptivo-Correlacional, con el cual se pretende establecer la relación de la calidad de servicios y la satisfacción del cliente. El trabajo de investigación cuenta con los siguientes resultados respecto a las dimensiones de la calidad de servicio Se observa que la valoración de las cinco dimensiones de la calidad de servicio. En todas se obtuvo alta valoración, la dimensión que mejor percepción tuvo fue Seguridad. Como se visualiza los valores obtenidos se encuentran en un rango de 3 a 4 puntos. El cual interpreta que la calidad percibida en el hotel estudiado es buena, o sea que logra cumplir con las expectativas de los clientes. Con respecto al Item que corresponde a la dimensión de elementos tangibles se puede observar que el 48.5% de los huéspedes manifiesta que las instalaciones del hotel están limpias y atractivas casi siempre, el 31.8 % nos dice que pocas veces y el 19.7% nos dice que siempre. El 42.4% de huéspedes nos dice que los empleados del hotel tienen pocas veces una apariencia limpia y agradable, otro 42.4% nos dice que casi siempre, un 10.6% siempre, el 4.5% casi nunca. El 45.5% de los huéspedes manifiestan que casi siempre la habitación cuenta con todos los servicios necesarios para su comodidad, el 27.3% dice siempre, el 21.2% pocas veces, 4.5% casi nunca y el 1.5% nunca. El 40.9% de huéspedes dice que pocas veces el hotel cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesita para disfrutar de sus vacaciones, un 30.3% dice casi siempre, el 24.2% siempre, un 3% casi nunca y 1.5% nunca. El 40.9% de huéspedes dice que pocas veces el hotel cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesita para disfrutar de sus vacaciones, un

30.3% dice casi siempre, el 24.2% siempre, un 3% casi nunca y un 1.5% nunca. El 53% de huéspedes nos dice que pocas veces el personal del hotel está con una sonrisa en el rostro, el 24.2% dice siempre, el 16.7% casi siempre, un 4.5% nunca y un 1.5% casi nunca. El 54.5% de huéspedes nos dice que pocas veces en el hotel prestan una atención muy personal, el 24.2% dice siempre, el 12.1% casi siempre, el 6.1% nunca y un 3% casi nunca. El 40.9% de huéspedes dice que pocas veces el ambiente que hay en el hotel hace sentir cómodo(a), como en casa, el 30.3% dice casi siempre, el 24.2% siempre, un 3% nunca y un 1.5% casi nunca. El 57.6% de huéspedes dice que pocas veces En las áreas comunes (sala de reuniones, patios) hay un ambiente agradable, el 22.7% dice casi siempre, el 16.7% siempre y el 3% casi nunca. El 53% nos dice que pocas veces Si alguien en el hotel se compromete a hacer algo por el huésped, lo hace, el 37.9% dice casi siempre, el 4.5% siempre y el 4.5% casi nunca. El 33.3% de los huéspedes dice que casi siempre los distintos servicios que me presta el hotel son presentados correctamente desde la primera vez, el 31.8% dice pocas veces, el 25,8% siempre, un 4.5% casi nunca y otro 4.5% nunca. el 48.5% de los huéspedes nos dice que pocas veces cuando necesitan ayuda o algo en particular, sienten toda la confianza de acudir al personal del hotel para que se haga cargo de sus asuntos, el 24,2% dice que siempre, el 21.2% casi siempre, un 3% casi nunca y otro 3% nunca. El 36.4% de huéspedes nos dice que casi siempre recibe un servicio de calidad a todas horas y en todos los lugares del hotel, el 33.3% nos dice pocas veces, el 22.7% siempre, el 4.5% casi nunca y el 3% nunca. El 43.9% de los huéspedes nos dice que pocas veces el personal del hotel está dispuesto a atenderlos y ayudarlos, el 25.8% dice que casi siempre el 24.3% dice siempre, el 3% casi nunca y otro 3% que nunca. El 59.1% de los huéspedes dice que pocas veces el personal del

hotel ayuda a resolver problemas que se presentan, el 19.7% dice casi siempre, el 10.65 dice siempre, el 6.1% casi nunca y el 4.5% dice nunca. El 47% de huéspedes dice que pocas veces, da referencia del tiempo en que se demoraran en cumplir con algún pedido de los huéspedes, el 36.4% nos dice casi siempre, el 6.1% siempre, otro 6.1% dice casi nunca y el 4.5% dice nunca. El 47% de huéspedes dice que pocas veces, da referencia del tiempo en que se demoraran en cumplir con algún pedido de los huéspedes, el 36.4% nos dice casi siempre, el 6.1% siempre, otro 6.1% dice casi nunca y el 4.5% dice nunca. El 36.4% de huéspedes dice que casi siempre se sienten seguros de dejar sus pertenencias en las habitaciones del hotel, el 34.8% dice que siempre, el 16.7% pocas veces, el 7.6% casi nunca, el 4.5% dice nunca. El 30.3% de huéspedes dice que pocas veces confía en la integridad de los empleados, otro 30.3% dice que casi siempre, el 28.8% siempre, el 6.1% casi nunca y el 4.5% dice que nunca. El 42.4% de los huéspedes siempre se sienten tranquilos y seguros dentro del hotel, el 30.3% casi siempre, el 15.2% pocas veces, el 7.6% casi nunca y el 4.5% nunca. El 60.6% de huéspedes se siente satisfecho con su experiencia en el hotel, el 25.8% se sienten totalmente satisfechos, el 4.5% indiferentes, el 7.6% insatisfechos y el 1.5% totalmente insatisfecho. El 60.6% de huéspedes se siente satisfecho con el valor que le dieron por lo que pagó en el hotel, el 25.8% totalmente satisfecho, el 7.6% indiferentes, el 4.5% insatisfecho y el 1.5% totalmente insatisfecho. el 51.5% de huéspedes se siente totalmente satisfecho con la limpieza y el mantenimiento del hotel, el 34.8% satisfecho, el 6.1% indiferente, el 4.5% insatisfecho y el 3% totalmente insatisfecho. De ello se infiere que el hotel se mantiene limpio y en buenas condiciones. El 50% de huéspedes se siente satisfecho con la respuesta del personal a sus necesidades, el 25.8% totalmente satisfecho, el 15.2%

indiferente, el 4.5% insatisfecho y otro 4.5% totalmente insatisfecho. El 50 % de huéspedes se siente satisfecho con los conocimientos del personal, el 24.2% totalmente satisfecho, el 16.7 % indiferente, el 4.5% insatisfecho y otro 4.5% totalmente insatisfecho. El análisis permitió llegar a la conclusión: La calidad del servicio influye significativamente en la satisfacción del cliente del hotel La Hacienda de la provincia de Angaraes de manera directa. Por su parte la satisfacción del cliente del hotel La Hacienda de la provincia de Angaraes es 4 por lo que califica que el cliente se encuentra satisfecho. Los elementos tangibles influyen en la satisfacción del cliente del hotel La Hacienda de la provincia de Angaraes. Desde el punto de vista de los clientes esta dimensión es calificada como buena. La empatía influye en satisfacción del cliente del hotel La Hacienda de la provincia de Angaraes. Desde el punto de vista de los clientes esta dimensión es calificada como buena. La fiabilidad influye en satisfacción del cliente del hotel La Hacienda de la provincia de Angaraes. La capacidad de respuesta influye en la satisfacción del cliente del hotel La Hacienda de la provincia de Angaraes. La seguridad influye en la satisfacción del cliente del hotel La Hacienda de la provincia de Angaraes.

Beraun (2016) en su tesis titulada: *Percepción de la Calidad del servicio de un hotel tres estrellas en el distrito de Independencia, 2016*. Se determinó el siguiente problema: ¿Cómo mejorar la calidad de servicio del Hotel tres estrellas en el distrito de Independencia? Para dar respuesta al problema se planteó el siguiente objetivo general: Proponer un plan para mejorar la calidad de servicio del Hotel tres estrellas en el distrito de Independencia. En cuanto a la metodología el diseño de la investigación es de tipo no experimental, ya que “no se manipulan ni se sometió a prueba las variables de

estudio. Es un estudio longitudinal – transversal porque se observará las unidades por un periodo de tiempo determinado para verificar los cambios que se producen y se toman múltiples muestras con diferentes escalas evolutivas. El trabajo de investigación cuenta con los siguientes resultados respecto a calidad de servicio en donde se puede observar que la calidad de servicio es buena en un 68% para los clientes, y para el 32% es regular del total de los encuestados. Así mismo, se puede observar que el nivel de tangibilidad es bueno en un 66% para los clientes, para el 30% es regular y para el 4% es pésimo del total de los encuestados. De igual manera se puede observar que el nivel de fiabilidad es bueno en un 50% para los clientes, para el 49% es regular y para el 1% es pésimo del total de los encuestados. Se puede observar que el nivel de capacidad de respuesta es bueno en un 60% para los clientes, para el 40% es regular del total de los encuestados. Se puede observar que el nivel de cortesía y respuesta es bueno en un 53% para los clientes, para el 47% es regular del total de los encuestados. Se puede observar que el nivel de seguridad es bueno en un 54% para los clientes, para el 46% es regular del total de los encuestados. El análisis permitió llegar a la conclusión en relación a la calidad de servicio del hotel de tres estrellas el 68% de los clientes encuestados lo califica como bueno. La fiabilidad del instrumento fue medida en base al alfa de Cronbach dando como resultado 0.834 siendo este el límite permitido. Con respecto a la dimensión elementos tangibles del hotel de tres estrellas el 66% de la población encuestada lo califica como bueno, el 30% como regular y para el 4% es pésimo. La fiabilidad del hotel de tres estrellas ha sido calificada como buena por un total del 50% de los encuestados, para el 49% es regular y para el 1% es pésimo. Se describe la capacidad de respuesta del hotel tres estrellas como buena por un total del 60% de los clientes y

para el 40% es regular. Respecto a la dimensión empatía del hotel de tres estrellas los clientes encuestados la han calificado como buena con un 53% y regular con un 47%. La dimensión seguridad del hotel de tres estrellas ha sido calificada como buena por un 54% y regular por un 46% del total de los encuestados.

Ramos (2015) en su tesis titulada: Caracterización de la calidad de servicios bajo el modelo servqual en MYPE del sector servicios – rubro hospedajes del distrito de Juliaca, 2015. Se determinó el siguiente problema: ¿Cuáles son las principales características de la calidad de servicios bajo el modelo de SERVQUAL en las MYPE del sector servicios - rubro hospedajes del distrito de Juliaca, 2015?.

Para dar respuesta al problema se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la calidad de servicio bajo el modelo de SERVQUAL en las MYPE del sector servicios – rubro hospedajes. En cuanto a la metodología el diseño de la investigación es de tipo descriptivo y el nivel cuantitativo, porque se buscó describir la calidad del servicio en las MYPE del sector servicios –rubro hospedajes en el Distrito Juliaca, con un diseño de investigación transaccional o transversal, porque se recolectó los datos en un solo momento, en un tiempo único. El trabajo de investigación cuenta con los siguientes resultados, del total de clientes de las MYPE encuestados se observa que el 49.47% de los encuestados tienen grado de instrucción superior universitario, seguido de un 30% tienen instrucción superior no universitario, el 13.16% tienen grado secundario y el 7.37% hasta primaria. Del total de clientes de las MYPE encuestados se observa que el 54.74% opinan estar en desacuerdo en cuanto a la percepción si el hospedaje cuenta con instalaciones modernas y atractivas, mientras que un 23.16% está de acuerdo, seguido de un 13.16% que está totalmente en desacuerdo

con un número menor 11.05% está totalmente de acuerdo y por último con un número pequeño con 3.16% es indiferente. Del total de clientes de las MYPE encuestados se observa que el 48.95% opina estar en desacuerdo respecto a la percepción de instalaciones visualmente atractivas, mientras que el 20.00% está totalmente acuerdo, el 15.26% está de acuerdo con un 10.00% está totalmente en desacuerdo y por último el 5.26% es indiferente. Del total de clientes de las MYPE encuestados se observa que el 53.68% opinan estar en desacuerdo acerca del cumplimiento de lo prometido a hacer algo por el huésped, el 13.16% está de acuerdo, el 12.11% está totalmente en desacuerdo, el 11.58% está totalmente en desacuerdo, 9.47% es indiferente. Del total de clientes de las MYPE encuestados se observa que el 43.16% opinan estar de acuerdo respecto a cómo brindan el servicio la primera vez, el 19.47% está totalmente de acuerdo, el 15.79% está en desacuerdo, el 12.63% está totalmente en desacuerdo y el 8.95% es indiferente. Del total de clientes de las MYPE encuestados se observa que el 41.58% opinan estar en desacuerdo respecto a si el servicio se concluye en el tiempo prometido, el 20.00% está totalmente en desacuerdo, seguido de 14.74% que está totalmente de acuerdo, el 14.21% está de acuerdo y el 9.47% es indiferente. Del total de clientes de las MYPE encuestados se observa que el 46.84% opinan estar en desacuerdo sobre la disposición del personal para atender las inquietudes de los clientes seguido con 15.79% que dicen estar indiferentes, mientras que un 15.26% está totalmente en desacuerdo, se tiene también que el 12.63% está de acuerdo y el 9.47% está totalmente en desacuerdo. Del total de clientes de las MYPE encuestados se observa que el 52.63% opinan estar de acuerdo acerca de la rapidez con que solucionan algún problema del huésped, seguido con 15.79% que dice estar en desacuerdo, mientras que un 13.68% es

indiferente, el 15.79% está en desacuerdo y por último el 6.84% está totalmente en desacuerdo. Del total de clientes de las MYPE encuestados se observa que el 54.21% está en desacuerdo en cuanto a la comprensión de las necesidades de los clientes, seguido con 15.26% que dice estar totalmente desacuerdo, mientras que un 12.11% está totalmente de acuerdo, el 10.53% está de acuerdo y el 7.89% es indiferente. Del total de clientes de las MYPE encuestados se observa que el 55.26% está de acuerdo sobre los horarios de atención convenientes para los clientes, seguido con 22.11% está totalmente de acuerdo, mientras que un 12.11% están en desacuerdo, el 5.26% está totalmente en desacuerdo, y el 5.26% es indiferente. Del total de clientes de las MYPE encuestados se observa que el 56.32% opinan estar de acuerdo en cuanto a la confianza que le brinda el personal para resolver sus inquietudes, seguido con 21.58% está totalmente de acuerdo, mientras que un 9.47% está totalmente en desacuerdo, el 7.37% está en desacuerdo, y el 5.26% es indiferente. Del total de clientes de las MYPE encuestados se observa que el 55.26% opinan estar de acuerdo sobre la amabilidad con la que trata el personal a los clientes, seguido de un 18.95% está totalmente de acuerdo, mientras que un 12.11% está en desacuerdo, el 7.89% está totalmente en desacuerdo, y el 5.79% es indiferente. El análisis permitió llegar a la conclusión Las características de la calidad de servicio bajo el modelo sevrqual resalta la dimensión de seguridad resultando ser el 56.32% los de los clientes están de acuerdo siendo las representativa al concluir este trabajo de investigación ,así mismo, la Calidad de servicio obtenida en la dimensión de fiabilidad los clientes están en desacuerdo si alguien en el hospedaje se compromete a hacer algo por el cliente, así mismo los clientes están desacuerdo por la manera que los servicios que presta el hospedaje son no presentados correctamente. En cuanto a la Calidad de

servicio obtenida en la dimensión de capacidad de respuesta en opinión de los encuestados están en desacuerdo que el personal no está siempre dispuesto a atenderlo y ayudarlo.

Gonzales J (2018) *Gestión De Calidad Con El Uso Del Liderazgo Y Plan De Mejora En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicios – Rubro Hostales, Distrito De La Esperanza, Trujillo 2018* Tesis Para Optar El Título Profesional de Administración, tuvo como objetivo: Determinar las principales características de la Gestión de calidad con el uso del liderazgo y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del Sector Servicios – Rubro Hostales, distrito de La Esperanza, Trujillo 2018 , El diseño de la investigación fue no experimental-transversal fue Descriptivo sólo se describió las principales características de las variables en estudio de manera independiente, se tuvo como resultados: Aplica la técnica de gestión de calidad 50 % Si y 50 % no, usan Técnicas de gestión de calidad con un 40% Benchmarking y con un 25% Outsourcing, dificultades existe para la implementación de gestión de calidad con un 40% poca iniciativa, técnicas para medir el rendimiento con un 40% la observación ,25% evaluación, La gestión contribuye al mejor rendimiento del negocio con un 75% si , La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas con un 75 %.

José A (2019) *La Atención Al Cliente Como Factor Relevante En La Gestión De Calidad Y Plan De Mejora En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicios, Rubro Hoteles En El Distrito De Huanchaco, 2019* Tesis Para Optar El Título Profesional de Administración, tuvo como objetivo: Determinar las características de la Gestión de Calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles en el distrito de Huanchaco, 2019 El diseño de la investigación fue

transversal y no experimental y descriptivo, no experimental, porque se estudió conforme a la realidad sin sufrir modificaciones. Transversal, se tuvo de resultados, Conocimiento del término Gestión de Calidad 83.33 % Si, Técnicas modernas de la Gestión de la Calidad que conoce es Atención al cliente con 83.33 %, Dificultades que tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad con Poca iniciativa 33.33% y otros 50 %, Técnicas para medir el rendimiento del personal con La observación 41.67 % y La evaluación 33.33 % , La gestión de la calidad y su contribución a mejorar el rendimiento del negocio con un 100% si, La gestión de la calidad y su ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa con un 100% si, Conocimiento del término: Atención al Cliente con un 100% si , Aplicación de la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes con un 91,67% si, La atención al cliente como fundamento para que éste regrese al negocio con un 100 % si, Herramientas que utiliza para un servicio de calidad es Comunicación con un 75% , Principales factores para la calidad del servicio que brinda es Atención personalizada con un 58% , La atención que brinda a los clientes es buena con un 100%, Resultados logrados brindando una buena atención al cliente es Clientes satisfechos con un 41.67 %, Considera usted que la atención al cliente un factor relevante para la gestión de calidad? Con un 100% si, Considera usted e la atención al cliente como factor relevante para mejorar el nivel de satisfacción al cliente con un 100% si, la Maneras que aplica atención al cliente en su empresa es la capacitación al colaborador con un 41.67% , Estrategias que utiliza para satisfacer las necesidades del cliente es la Innovación del servicio con un 50%, Ventajas que tendría la empresa al brindar una buena atención al cliente seria la fidelización con un 33.33% y captación de cliente con un 25%.

2.2. Bases Teóricas.

2.2.1. Teoría de las Mypes.

Clases de Sociedades:

Las micro y pequeñas empresas pueden estar formadas por persona natural o persona jurídica, esa depende del empresario y del giro de negocio que pretende realizar; de las cuales si se direcciona por persona jurídica tiene una diversidad de formas a las que puede acogerse y algunas de ellas son: Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada, Sociedad Anónima y Sociedad Anónima Cerrada; las mencionadas son solo algunas y las comunes y usada. Según lo que describe (Cotacallapa, 2013).

Regímenes Tributarios de las Mypes:

Los regímenes tributarios son formas en donde las micro y pequeñas empresas deben de acogerse de acuerdo a las características y particularidades de cada una, entre ellas están el Régimen General, Régimen especial y el Régimen Único Simplificado, a continuación se va describir cada una de ellas; El Régimen Único Simplificado esta direccionado para personas naturales y que obtengan rentas de cuarta categoría ubicadas en el país y no pueden acogerse a ella cuando sus ingresos anuales neto superen los 360,000.00 nuevos soles y cuando poseen activos fijos que sobrepasen los 70,000.00 nuevos soles; El Régimen Especial esta direccionado para personas naturales y jurídicas inscritas en el país que generen actividad económica de tercera categoría como son las actividades de servicio, industria y comercio y no pueden acogerse a este régimen para

aquellas personas que sobrepasen el ingreso neto anual de 525,000.00 nuevos soles y en activos fijos que pasen de los 126,000.00 nuevos soles; culminado con el Régimen General están sujetas para personas naturales y jurídicas generadoras de tercera categoría, y no existe un límite de ingresos anuales netos, pero tiene que llevar la contabilidad completa, según lo que describe (Cotacallapa, 2013).

2.2.2. Fundamentos de Gestión de Calidad:

Según Pola (1988) Gestión de calidad son agrupaciones de criterios orientadas básicamente a planificar, organizar y controlar todas las actividades y procesos en la empresa, enfatizando en diversos aspectos como: Establece lineamiento de la empresa para hacer cumplir, orientar objetivos enmarcados a los lineamiento o políticas propuestas, planificación de actividades a realizar a largo plazo y corto plazo, organizar y asignar las funciones y responsabilidades a los colaboradores, aplicar motivación de manera intrínseca como extrínseca para cumplir lo programado.

Técnicas de Gestión de Calidad.

Técnica Causa-Efecto: Más conocida como la técnica del Pescado de Ishikawa, instrumento que mejora la calidad de la empresa, está representado por una flecha principal que direcciona hacia un efecto, con cuatro líneas subprincipales, incorporando que cada una de las líneas está orientada con cada proceso que se da en la empresa; permitiendo identificar cuáles son las causas del problema y cuál sería las consecuencias planeando alternativas de solución.

Técnica de Brainstorming: Es una técnica grupal que consiste en la reunión de personas en las que todas participan brindando ideas de solución referente a un problema, esta

técnica es favorable porque cada uno fortaleza la idea del otro seleccionando la más idónea y la que genera poco gasto. Está estructurada por tres fases: Definición del problema, Exposición de ideas y Selección.

Técnica de Pareto: El análisis consiste e identifica que la más pequeña porción de las causas es la que genera mayores problemas conocida mayormente por la técnica 20/80, para ello si se identifica la causas por ende los problemas van a solucionarse sin ninguna dificultad, asignándole cierta ponderación de gravedad y jerarquizándolas.

Técnica de mejora de procesos:

Las 5 S: En términos generales significa que la organización se entrega al entorno del trabajo donde labora, las siglas representan a las iniciales de las palabras japonesas: Seiri que significa Organización, Seiton que equivale a Orden, Seiso que significa Atención, Siketsu haciendo referencia a Limpieza y finalizando está el Shitsuke que enfatiza a Disciplina; ésta técnica permite reducir el gran porcentaje de errores que se comenten a diario en todas empresas, ya que van a permitir tener organizado y distribuido según las necesidades que se requiera dentro del trabajo.

Técnicas de mejora de gestión.

Benchmarking: Evaluación que se da comparando con otras empresas en las cuales son líderes en ciertos procesos o etapas, ya que esta herramienta puede aplicarse a diversas entidades sin discriminar que tipo o giro de actividad realicen ya sea en producto o servicios; adicionando se menciona que hay diversos tipos de benchmarking que se puede aplicar para la organización entre ellas están:

El Interno la cual se basa directamente en la misma empresa observando que partes de

la empresa obtiene mejores resultados y en base a ella aplicar el mismo proceso para aquellas áreas que se encuentran deficientes o débiles.

La externa es un grado más amplio porque abarca 3 enfoques distintos pero con el mismo resultado: Competitivo que hace énfasis que se tiene que tratar de copiar los procesos y mejorarlos de ciertas empresas que son tus competidores directos y brindan tú mismo giro de negocio; Funcional enfatizando que son aquellas empresas que pueden brindar tu misma actividad pero que no se consideran competencia directa, pero poseen algo que les hace únicas; finalizando está el Genérico que se direcciona para empresas que no brindan tu misma actividad o giro de negocio, pero son líderes en lo que brindan al mercado, según lo que informa (Gonzales, Domingo y Sebastián).

Técnicas de Evaluación de Desempeño.

Evaluación 360°: Consiste en que el empleado permita ser evaluado por todos los miembros de la organización, e incluso de personal externo, la cual consiste en un cuestionario donde va permitir recabar información necesaria por varias partes que influyen en el desarrollo del personal que labora; Enfatizando y especificando la evaluación se realiza de la siguiente manera: Jefe, colaboradores, clientes y el mismo empleador, la cual permite tener panorama amplia y no solo de una persona, según lo que informa (Alles, 2010).

Basado en Resultado: Consiste en que se tiene que observar lo ha realizado el empleador y en base a ello se logra calificar su rendimiento en el puesto donde se encuentra, la cual se considera que es más direccional y centrado que otras técnicas y métodos porque ya se obtiene resultado en base a algo (producto), esta técnica está adaptando las empresas.

La gestión es entendida como un proceso en tanto y en cuanto requiere el establecimiento de ciertas estrategias y técnicas. La experiencia, el conocimiento organizacional, la continuación de ciertos pasos lógicos confiere coherencia a la gestión. La suma de esos pasos conforma el proceso general de la gestión. Sin embargo, no podemos decir que la gestión sea una mecánica. La gestión supone la intervención constante, la revisión de lo planificado a partir de mecanismos de información y de control de las prácticas en el proceso mismo de implementación del plan, la acción como mecanismo de transformación no solamente para readaptar las estructuras organizacionales a la planificación sino también para reelaborar la propia planificación. Ahora bien, consideramos que para que la gestión efectivice aquello que fue establecido en la planificación o bien, para readaptar los planes, debe contar con una herramienta central que le permita evaluar, definir y redefinir.

El sistema de gestión puede asimismo auditarse contra los requisitos de Normas Internacionales tales como Iso 9001 e Iso 14001. Estas auditorías del sistema de gestión pueden llevarse a cabo de forma separada o conjunta.

Para los sistemas de gestión de la calidad, se pueden desarrollar:

- Estándares de gestión medioambiental.
- Estándares de gestión de prevención de los riesgos organizacionales.
- Estándares de gestión de innovación.
- Estándares de gestión del conocimiento.
- Estándares de gestión de responsabilidad social. (Gallego, T. 2013).

Los modelos de Gestión no son más que normas implantadas en las organizaciones para realizar una gestión de calidad.

Recomendaciones:

- Un sistema de gestión debe ser único y debe partir de los niveles estratégicos.
- Un sistema de gestión debe ser dinámico.
- El control de los resultados debe motivar la creación de un sistema de gestión.
- Todo el personal debe estar informado de los sistemas de gestión para que no surjan reticencias al cambio. (Gallego. 2013).

En las organizaciones la Gestión es el proceso de puesta en práctica o de ejecución de la planificación. Las organizaciones buscan, a través de las tecnologías de gestión, estudiar, analizar las herramientas y los procesos adecuados para disponer, organizar, administrar sus recursos, para planificar las acciones y, mediante ello, lograr los objetivos buscados. (Gallardo, 2004).

Enfoque actual de la Calidad de servicio.

Según Persson (2007), en su trabajo de investigación menciona lo siguiente respecto al enfoque de Calidad.

El autor refiere que para desarrollar una gestión de calidad en todo el personal de la organización no solo se logra con capacitarlos a través de charlas, si no que depende en gran medida en el esfuerzo de cooperación entre todas las atareas de la empresa y que

intervienen en los procesos administrativos y de producción, realizando comunicación tanto horizontal como verticalmente; y será el cliente quien finalmente definirá si el servicio o producto brindado tiene calidad , de no lograrse esto se irradiará inminentemente en la insatisfacción y por lo tanto en la pérdida del cliente.

Todos los integrantes de la empresa deben estar conscientes que la calidad es un valor y a la vez una ventaja competitiva que asegura la continuación en el mercado de la empresa y contribuye con el aumento de las utilidades, lo que se busca es lograr convertir la calidad en un estilo de vida para la empresa.

Según menciona el autor Héctor A. (2006), en su trabajo Gestión de Calidad en los servicios, que el cliente, percibe dos tipos de beneficios:

- Explícitos: Los que se le demandan al proveedor.
- Implícitos: no se mencionan durante las compras.

También asegura el autor que el único que juzga el servicio es el cliente, ello se basa en:

- La naturaleza del servicio.
- Los deseos y necesidades personales.
- Las exigencias y experiencias previas.
- El posicionamiento de la imagen del proveedor.
- Las comunicaciones.

El autor sostiene que los sistemas de calidad, deben basarse en la mejora continua, lo que incrementa la satisfacción de los Clientes.

Manifiesta que para lograr la mejora continua deberían realizar:

- Realizar un diagnóstico situacional.
- Establecer objetivos.
- Desarrollar posibles soluciones en el logro de objetivos.
- Evaluar y seleccionar las soluciones.
- Implementación de la solución.
- Evaluar los resultados.
- Formalizar los cambios y realizar actividades de mejora.

Las investigaciones derivadas de los clientes deben utilizarse para identificar oportunidades de mejora, para ello la alta dirección debe desarrollar una cultura organizacional que involucre al personal en la búsqueda de oportunidades de mejora para el desempeño de los procesos administrativos y de producción.

2.2.3. Atención al cliente.

“Luna (2015) el ámbito de desarrollo de la administración es universal, es decir, se aplica en todas partes del mundo, ya sean empresas públicas o privadas” (p.33).

Atención y servicio no son lo mismo, el cliente o la clienta se fija en todos los detalles y reacciona ante ellos. Debes conocer los cinco elementos básicos a valorar para mantener un eficiente control sobre los procesos de atención al cliente. Los elementos básicos a tener en cuenta son:

- Elementos tangibles: Como las instalaciones y los equipos de la empresa, la presentación del personal, los materiales de comunicación y la exhibición de los productos. “A los/as clientes/as hay que tratarlos como ellos/as quieren ser tratados” 13 Manual de Atención al Cliente.
- Cumplimiento: Implica desarrollar el servicio prometido oportunamente, es decir, lo que el/la vendedor/a ofrece en palabras lo cumpla con la entrega del producto o servicio.
- Disposición: Es ayudar a los/as clientes/as a escoger el producto, proporcionándoles una asesoría para que se sienta satisfechos/as.
- Cualidades del personal: Los/as vendedores/as deben demostrar que son competentes en su trabajo y capaces de inspirar confianza.
- Empatía: Los/as vendedores/as deben conocer al cliente/la clienta, entender sus necesidades y mantener con él/ella una comunicación positiva y permanente.

Beneficios del servicio.

Según Tschohl, (2008) en su libro “Servicio al cliente: el arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia” manifiesta lo siguiente: Para enfatizar, aún más, la importancia del valor que tienen la calidad del servicio, podemos decir que el servicio retiene a los clientes que la empresa ya tiene, atrae a nuevos clientes y crea una reputación que induce a los clientes actuales y potenciales a hacer (de nuevo) en el futuro, negocios con la organización.

Esos objetivos se alcanzan satisfaciendo a los clientes, quienes, a su vez, recomendarán su empresa a sus amigos y parientes. Gracias al nivel de familiaridad que existe entre

ellos, creará y, luego, incrementarán una reputación positiva y creíble de su empresa en el mercado.” (p.19).

Para lograr que esto se convierta en una realidad para su empresa se deben satisfacer las siguientes condiciones:

Compromiso por parte de la dirección. Es crucial para el éxito de un programa de mejora de la calidad del servicio. Ninguna empresa debería realizar publicidad ostentosa, con eslóganes como “amamos a nuestros clientes”.

Adecuados recursos. Es necesario invertir para desarrollar y conservar un programa de mejora continua.

Visibles mejoras del servicio. Los atributos que perciben los clientes se convierten en señales de calidad.

Capacitación. El personal de la empresa debe estar permanente capacitado en temas orientados al servicio al cliente centrados en aspectos específicos que logren la satisfacción de los consumidores de la organización.

Servicios internos. En las empresas deben lograr que los departamentos administrativos y de producción laboren de manera amigable para poder brindar a los clientes productos que posicionen a la organización.

Empleados involucrados, Todos los trabajadores deben estar conscientes que sus labores afectan la imagen que los clientes tienen de la organización, por ello la importancia de estar plenamente involucrados con la misión y visión de la empresa.

La atención cliente y la imagen de la empresa.

“Barceló (2013) en su trabajo de investigación menciona lo siguiente respecto la atención al cliente y su impacto en la imagen de la empresa:” (p.06).

Todo el personal que compone un Contact Center debe ser consciente de que el trabajo que está desempeñando y la forma en que lo está haciendo determina en gran medida la imagen que el cliente se forma de la empresa.

Su misión es conseguir y afianzar la satisfacción de todos y cada uno de los clientes. Para ello, el personal que atiende el teléfono debe adoptar en todo momento una actitud positiva y de colaboración.

No solo se debe mantener una excelencia en calidad de atención telefónica, sino que, además, es preciso saber adaptarse a cada cliente y manejar las diferentes situaciones que se pueden producir.

Por lo tanto, el personal telefónico debe hacer frente a unos componentes externos que dependen exclusivamente del cliente y que debe saber controlar. Estos factores externos son básicamente dos:

Actitud del cliente en ese momento puntual.

Esta depende de múltiples aspectos, algunos de ellos incluso anteriores al inicio de la conversación como, por ejemplo: Motivación, que dependerá de la causa de su consulta.

Comparación del servicio que le ofrece esa empresa respecto al de la competencia.

Tipo de cliente, en función de su carácter.

La actitud del personal está en función del cliente:

Polémico: Por lo tanto, no debemos interrumpir sus quejas, por el contrario, escucharle

atentamente y orientar solucionar su problema con respeto.

Indeciso: Por lo tanto, lo principal es inspirarle confianza y preguntarle qué es lo que desea para conocer cuáles son sus necesidades.

Altanero: Por lo tanto, no debemos discutir ni responder a su agresividad de igual manera.

Minucioso: Por lo tanto, hay que saber estar a su altura, demostrarle un trato amable y facilitarle información escrita.

Normas para la atención al cliente.

El manual de Buenas prácticas para la atención al cliente en hoteles (2009) menciona lo siguiente respecto la atención al cliente (p.04).

- Emplea las fórmulas de cortesía definidas por la empresa.
- Ten un trato amable con los clientes. La amabilidad la refleja:
 - La predisposición a atender de manera inmediata al cliente.
 - El tono de voz y el ritmo de transmisión (relajado y con un ritmo suficiente que no refleje ni prisas ni ansiedad).
 - La capacidad para escuchar (se trata de que el cliente pueda expresar todo aquello que desea y que se realice un esfuerzo de comprensión).
 - La capacidad para realizar preguntas que faciliten lo que el cliente quiere comunicar.
 - La capacidad de controlar la agresividad.
 - La capacidad de sonreír.

- La capacidad de utilizar el idioma del cliente.

- Imagen personal cuidada. El personal acude a su puesto de trabajo aseado y viste un uniforme (si está estipulado) en perfecto estado, trasladando una imagen de profesionalidad, orden y pulcritud en el servicio. Adoptan unos códigos estéticos determinados: los hombres bien afeitados y peinados y las mujeres sin excesos de joyas, perfume o maquillaje.

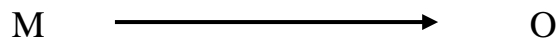
III. HIPOTESIS

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) aseguran que las hipótesis son las orientaciones que se dan a una investigación que se está ejecutando, son suposiciones o respuestas que tratamos de probar frente a un problema que se está estudiando, pero estas tiene ciertas limitaciones y depende netamente del estudio que se está realizando, solo se aplica hipótesis para aquellas que tienen investigación cuantitativa y que sea correlacional y explicativo, por ende la presente investigación no propondrá hipótesis porque su investigación será No-Correlacional y No – Experimental, porque no tratara de relacionar la influencia que tiene las variables una con la otra.

IV. METODOLOGÍA.

4.1. Diseño de la Investigación.

El diseño de la investigación fue No Experimental. Según Hernández, Fernández y Baptista sustentan que cuando el estudio es no experimental se realiza sin manipular deliberadamente o sin tocar a propósito las variables, se estudiara tal y como se encuentre en el texto en su forma normal y no se puede controlar lo indagado; y Transversal porque se estudia las variables en un tiempo dado y específico; y Descriptivo porque describe las variables y su contexto tal como se encuentra.



Donde:

M: Muestra

O: Observación de las Variables: Gestión de calidad y Planeamiento Estratégico

4.2. Población y muestra.

Según Hernández, Fernández y Baptista manifiesta que el universo o Población hace referencia a todos los elementos, personas donde se pretende estudiar cierta investigación, en la cual todas tienen las mismas características comunes. Por ello la población de estudio estuvo compuesto por todas las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hoteles de 3 estrellas, conformadas por 102 empresas en el distrito de Trujillo. La población fue proporcionada por la Gerencia Regional de Turismo de la Libertad.

Según Hernández, Fernández y Baptista, manifiesta que la muestra se entiende por el subconjunto de los elementos o las características comunes de lo que se pretende investigar en cierto lugar en específico, con información más concentrada. La población muestral, está conformada por 25 micro y pequeñas Empresas, quienes estuvieron predispuestas a brindar información durante la presente investigación.

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Características de los representantes de las Mypes	Aquellas personas que son los representantes legales de las Micro y pequeñas empresas.	Edad	-18-26 años -27 a 35 años -36 a 44 años -45 más años	Intervalo
		Genero	-Masculino -Femenino	Nominal
		Grado de Instrucción	-Sin instrucción -Primaria -Secundaria -Superior no universitaria -Superior universitaria	Ordinal
		Cargo	-Dueño -Administrador	Nominal
		Tiempo en el cargo	-0 a 3 años -4 a 6 años -7 a mas año	Intervalo

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Características de las Mypes.	Las Micro y pequeñas empresas son entes que pueden ser persona natural o jurídica, pero están registradas y reguladas bajo las normas legales del país, la cual son constituidas para generar actividades de producción o extracción que pueden ser de bienes o servicios.	Tiempo en el rubro	-0 a 3 años -4 a 6 años -7 a más años	Intervalo
		Trabajadores	-1 a 5 trabajadores -6 a 10 trabajadores -11 a más trabajadores	Intervalo
		Relación de trabajadores	-Familiares -No Familiares	Nominal

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Gestión de Calidad	Son agrupaciones de criterios orientados básicamente a planificar, organizar y controlar todas las actividades y procesos en la empresa	Gestión de Calidad	-Si -No	Nominal
		Herramientas de gestión	-Benchmarking -Las 5 S -Atención al cliente. -Empowerment -Otra	Nominal
		Cuenta con planificación estratégica	- Si - No	Nominal
		El personal se identifica con los objetivos de la organización	- Si - No	Nominal
		Participación del personal en las decisiones	--Si - No	Nominal
		Creación de puestos estables	--Si - No	Nominal

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Atención Al Cliente		Conoce el término de atención al cliente	--Si - No	Nominal
		La buena atención brindada al cliente, es fundamental para conservarla	--Si - No	Nominal
		Herramientas para un servicio de calidad	--Si - No	Nominal
		Personal transmite un buen servicio	--Si - No	Nominal
		El personal es amable	--Si - No	Nominal
		Se preocupan por el bienestar de sus clientes	-Si - No	Nominal
		Capacita a su personal	-Si - No	Nominal

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

La técnica que se utilizó para la presente investigación fue la Encuesta, porque permite obtener resultados de varias personas a través de la muestra, la cual genera cierto interés al investigador. El instrumento que se utilizó es el Cuestionario; porque tendrá lista de interrogantes la cual estará compuesta por 27 ítems, para la cual está dividida en 4 grupos: la primera parte formada por 4 preguntas que corresponde a las características de los representantes de las empresas, el segundo grupo formado por 4 preguntas que hace referencia a las características de las Mypes, el tercer grupo formado por 9 preguntas enfatizando a la gestión de calidad de la empresa, y finalizando el grupo compuesto por 9 ítems referido a la satisfacción al cliente. La información será trasladada al programa Excel 2013, para dar el proceso e interpretación de los datos.

4.5. Plan de análisis.

El plan de análisis detalla en resumen y de manera descriptiva información acerca de las variables de estudio, indicando los modelos y técnicas utilizadas. Para determinar las características satisfacción al cliente se aplicará la técnica e instrumento que serán encuesta-cuestionario que estará validado por el juicio de varios expertos, que se realizará la población de estudio con el fin de obtener información acerca de las variables de estudio. Luego de obtener la información se trasladarán a un programa llamado Excel 2013 donde se procesará los datos dando como resultado tablas y figuras para su interpretación correspondiente, mostrando los porcentajes que se obtuvieron en la aplicación de los ítems, mostrando información concisa para dar solución y respuesta a la problemática.

4.6. Matriz de consistencias.

GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE Y PROPUESTA DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO HOTELES 3 ESTRELLAS EN EL DISTRITO DE TRUJILLO, 2019.			
Problema de Investigación	Objetivo de la Investigación	Variables	Metodología
¿Cuáles son las características de la Gestión de calidad en el enfoque de atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles tres estrellas en el distrito de Trujillo, 2019?	<p>Objetivo General: Determinar las características de la Gestión de calidad en el enfoque de atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles tres estrellas en el distrito de Trujillo, 2019.</p> <p>Objetivo Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar las características de los representantes de las Mypes del rubro hoteles tres estrellas, en el Distrito de Trujillo, 2019. • Determinar las características de las Mypes del rubro hoteles tres estrellas, en el Distrito de Trujillo, 2019. • Determinar las características de la Gestión de calidad en el enfoque de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles tres estrellas en el distrito de Trujillo, 2019. • Elaborar propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles tres estrellas en el distrito de Trujillo, 2019. 	<p>Variable 1: Gestión de Calidad</p> <p>Variable 2: Atención al cliente</p>	<p>Tipo de Investigación El tipo de investigación será Cuantitativa.</p> <p>Nivel de Investigación El nivel de la Investigación Descriptiva.</p> <p>Diseño de la Investigación El diseño de la investigación será No Experimental- Transversal Descriptiva.</p> <p>Universo 102 Mypes</p> <p>Muestra 25 Mype</p> <p>Técnica Encuesta</p> <p>Instrumento Cuestionario</p>

4.7. Principios éticos

Los principios éticos son normas y reglas que se tienen que seguir y tener presente al momento de realizar proyectos de investigación, para ello se tomaron en cuenta algunos de los principios más comunes y usado que derivan del código de ética de la Universidad:

- Principio de confidencialidad: Hace referencia en que la información que fue obtenida de los empresarios a través de la encuesta no será divulgada ni promocionada, sin la debida aprobación del propietario.
- Principio de Integridad: Da conocer que la información que se encuentra en la investigación es veraz, honorable y transparente con lo que se pretende brindar.
- Protección a las personas: Los datos personales de los empresarios no serán publicados ni otorgados a terceros.
- Coherencia: Que la información que se estudia o investiga, tiene que tener relación directa con la línea de investigación y continua durante todo el proceso.

V. RESULTADOS.

5.1. Resultados.

Tabla 1. Características de los representantes de las Mypes del rubro hoteles 3 estrellas, en el Distrito de Trujillo, 2019.

Datos Generales	N	%
Edad		
18-30 años	4	16
31-50 años	15	60
51 a más años	6	24
Total	25	100
Género		
Masculino	20	80
Femenino	5	20
Total	25	100
Grado de Instrucción		
Secundaria	5	20
Superior No Universitaria	7	28
Superior Universitaria	13	52
Total	25	100
Cargo que desempeña		
Dueño	20	80
Administrador	5	20
Total	25	100
Tiempo en el cargo		
0-3 años	4	16
4-6 años	6	24
7 a más años	15	60
Total	25	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes Mypes del rubro hoteles 3 estrellas, en el Distrito de Trujillo, 2019.

Tabla 2. Características de las Mypes del rubro hoteles 3 estrellas, en el Distrito de Trujillo, 2019.

Datos Generales	N	%
Tiempo en el rubro		
0-3 años	0	0
4-6 años	3	12
7 a más años	22	88
Total	25	100
Número de trabajadores		
1-5 colaboradores	4	16
6-10 colaboradores	18	72
11 a más colaboradores	3	12
Total	25	100
Colaboradores en la empresa		
Familiares	8	32
Particulares	17	68
Total	25	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes Mypes del rubro hoteles 3 estrellas, en el Distrito de Trujillo, 2019.

Tabla 3. Características de la Gestión de calidad en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles 3 estrellas en el distrito de Trujillo, 2019.

Datos Generales	N	%
Conoce termino gestión de calidad		
Si	25	100
No	0	0
Total	25	100
Herramientas modernas que conoce		
Benchmarking	9	36
Lluvia de ideas	1	4
Empowerment	0	0
Las 5S	0	0
Atención al cliente	15	60
Total	25	100
La empresa cuenta con una planificación estratégica sobre la base de un enfoque hacia el desarrollo sostenible		
Si	6	24
No	19	76
Total	25	100
¿El personal que trabaja en la empresa hotelera se identifica con los objetivos de la organización?		
Si	10	40
No	15	60
Total	25	100
Se promueve la participación del personal en la planificación de la empresa y resolución de problemas que pudieran surgir?		
Si	5	20
No	20	80
Total	25	100
¿La empresa, en la medida de sus posibilidades y de acuerdo a un crecimiento sostenido, otorga prioridad a la creación de puesto de trabajo estable y a tiempo completo?		
Si	4	16
No	21	84
Total	25	100

Conoce el termino atención al cliente?		
Si	25	100
No	0	0
Total	25	100
La buena atención brindada al cliente, es fundamental para conservarla		
Si	25	100
No	0	0
Total	25	100
¿El personal del hotel transmite un buen servicio desde el primer momento?		
Si	25	100
No	0	0
Total	25	100
¿El personal del hotel ofrece un servicio rápido a sus clientes?		
Si	17	68
No	8	32
Total	25	100
¿ El personal del hotel es amable?		
Si	21	84
No	4	16
Total	25	100
¿El hotel se preocupa por el bienestar de sus clientes?		
Si	25	100
No	0	0
Total	25	100
¿ La empresa capacita a su personal para la mejora de la calidad?		
Si	8	32
No	17	68
Total	25	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes Mypes del rubro hoteles 3 estrellas, en el Distrito de Trujillo, 2019.

5.2. Análisis de Resultados.

Respecto a los representantes de las micro y pequeñas empresas

- El 60% de los representantes de las Mypes rubro hoteles 3 estrellas tienen edad que oscilan entre los 31-50. Este resultado coincide con Del Águila (2017) quien indica que el 66% están en el rango de 36 a 50 años de edad. Estos resultados confirman el alto grado de madurez de los microempresarios, conocimiento y experiencia acumulada, a través, de los años.
- El 80% de los representantes de las Mypes rubro hoteles 3 estrellas son de sexo masculino. Esto difiere con Del Águila (2017) quien menciona que el 50%, de los representantes de las Mypes son de género masculino y el otro 50% es de sexo femenino. Este resultado está relacionado con la edad que predomina en los microempresarios ya que se infiere que por aspectos sociales eran, los de sexo masculino, quienes tenían mayor predominio en la administración de éste tipo de negocios.
- El 52% de los representantes de las Mypes rubro hoteles 3 estrellas tienen un grado de instrucción superior universitaria. Esto difiere con Del Águila (2017) quien indica que el 50% de los representantes de la mypes tienen estudios técnicos, así mismo, este resultado difiere con Joubert (2014) quien menciona que la totalidad del personal que está al frente de las empresas cuentan con estudios universitarios. Los representantes de la Mypes cuentan con conocimientos universitarios los cuales les permiten desarrollar sus capacidades y habilidades administrativas.
- El 80% de los representantes de las Mypes rubro hoteles 3 estrellas son dueños. Este resultado difiere con Del Águila (2017) quien menciona que el 17.00% de

los representantes son los dueños. Se deduce por lo tanto que en las Mypes hoteleras de 03 estrellas en su mayoría son los dueños quienes han logrado a través de los años sacar adelante sus negocios, función a sus conocimientos y experiencia.

- El 60% de los representantes de las Mypes rubro hoteles 3 estrellas tienen un tiempo de desempeño en el cargo de 7 años a más. Esto coincide ligeramente con Del Águila (2017) quien indica que el 67.00% de los representantes tiene en el cargo de 5 años a más. Los microempresarios cuentan con mucha experiencia acumulada a través de los años de gestión hotelera, lo que les permite adecuarse y enfrentarse a los cambios del micro y macro ambiente empresarial.

Respecto a las micro y pequeñas empresas.

- El 88% de las Mypes rubro hoteles 3 estrellas encuestadas, tienen de 7 a más años de permanencia en el rubro hotelero. Esto coincide con Joubert (2014) quien menciona que la mayoría 40% son empresas con más de 15 años de permanencia en el mercado. Se concluye que las Mypes rubro hoteles 3 estrellas han logrado posicionarse con el tiempo a sus empresas en el distrito de Trujillo.
- El 72 % de las Mypes rubro hoteles 3 estrellas encuestadas indicaron que cuentan de 6 a 10 trabajadores. Esto difiere con Del Águila (2017) quien indica que el 50% tiene de 6 a más colaboradores, se concluye que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro hoteles tienen de 6 a 10 trabajadores, debido a que cuentan con dos turnos de trabajo y se hace necesario contar con personal de rotación, lógicamente al brindar una oferta

estacional se asume que en meses de mayor demanda se llega a trabajar con más de 10 trabajadores.

- El 68% de las Mypes rubro hoteles 3 estrellas encuestadas mencionan que cuentan con personal no familiar trabajando en los establecimientos de hospedajes, este resultado difiere con Joubert (2014) quien manifiesta que las administraciones familiares tienen predominio en las mypes 93 y 95%. Se concluye que la gestión de los microempresarios en éste rubro se oriente a la meritocracia de su personal teniendo claro que el personal familiar ocupa solo puestos de confianza del dueño.

Respecto a la gestión de calidad y atención al cliente en las Mypes.

- El 100% de los representantes de las Mypes rubro hoteles 3 estrellas manifestaron conocer el término gestión de calidad. éste resultado difiere con Joubert (2014) quien manifiesta que la mayoría de los encargados de dirigir las empresas hoteleras no conocen de sistemas de gestión de calidad, así mismo, éste resultado coincide plenamente con Garrido (2018) quien indica que el 100% si conoce el término de gestión de calidad. Se concluye por lo tanto que todos los empresarios conocen el término gestión de calidad, sin embargo hay que aclarar que cada quien interpreta la calidad bajo sus propios estándares y no por estándares de alguna institución pública o alguna certificación privada obtenida.
- El 60% de los representantes de las Mypes rubro hoteles 3 estrellas manifestaron conocer la técnica moderna de atención al cliente. Esto difiere con Del Águila (2017) quien indica que el 17% conoce muchas herramientas de gestión de calidad. Se concluye que la técnica más utilizada por los

microempresarios es la atención al cliente, se explica que la permanencia de las empresas en el mercado depende de satisfacer las expectativas de los clientes.

- El 76% de los representantes de las Mypes rubro hoteles 3 estrellas manifestaron que NO cuentan con una planificación estratégica sobre la base de un enfoque hacia el desarrollo sostenible, este resultado difiere con Chinchayan (2016) quien indica que 66% opina que las estrategias contribuyen al cumplimiento de los objetivos.
- Esto quiere decir que los empresarios orientan sus esfuerzos al logro de objetivos económicos dejando de lado aspectos importantes como es el lado social y de responsabilidad con el medio ambiente.
- El 60% de los representantes de las Mypes rubro hoteles 3 estrellas manifestaron que El personal que trabaja en las empresas hoteleras NO se identifican plenamente con los objetivos de la organización, éste resultado difiere con Del Águila (2017) quien indica que el 100% de los representantes si percibe que aplicando una gestión de calidad le ayuda a lograr sus objetivos. Se concluye que debido a que los empresarios permanentemente están contratando a nuevo personal cada corto tiempo, originado por la estacionalidad de la oferta y a los bajos costos conlleva a contratar a personal al cual solo le interesa el bienestar económico y cumplir solo con sus obligaciones asignadas, dejando de lado los objetivos organizacionales.
- El 80% de los representantes de las Mypes rubro hoteles 3 estrellas manifestaron que NO se promueve la participación del personal en la planificación de la empresa y resolución de problemas que pudieran surgir. Se concluye por lo tanto que los dueños no promueven el empoderamiento de su

personal en lo que se refiere a la planificación de la empresa, lo que demuestra que los dueños son finalmente quienes toman las decisiones basadas en sus experiencia y conocimientos.

- El 80% de los representantes de las Mypes rubro hoteles 3 estrellas manifestaron que la empresa, en la medida de sus posibilidades y de acuerdo a un crecimiento sostenido, **NO** otorga prioridad a la creación de puesto de trabajo estable y a tiempo completo. Se concluye por lo tanto que los dueños de estos establecimientos no promueven la estabilidad laboral, lo que tiene una repercusión en la motivación y compromiso de los empleados con la empresa.
- El 100% de los representantes de las Mypes rubro hoteles 3 estrellas manifiestan que si conocen el término atención al cliente. Se comprueba que todos los microempresarios conocen el término.
- El 100% de los representantes de las Mypes rubro hoteles 3 estrellas manifestaron que la buena atención brindada al cliente, es fundamental para que los clientes regresen al establecimiento. Esto difiere de Calderón (2019) quien indica que brindando una buena atención al cliente se logró fidelizarlos en un 66%. Se concluye que una buena atención al cliente logra que éstos regresen a consumir los servicios que brinda la empresa.
- El 100% de los representantes de las Mypes rubro hoteles 3 estrellas manifestaron que el personal del hotel transmite un buen servicio desde el primer momento. Este resultado difiere con Quiroa(2014) , quien indica que el 49% de los Gerentes, consideran el desempeño de los colaboradores es regular, por la falta de competencia para poder servir mejor , así mismo , el resultado difiere de Calderón (2019) quien indica que el 68% de clientes manifestaron que el personal del hotel transmite una buena capacidad de respuesta del

servicio, por otro lado , Carhuaya (2016) indica que el 33% de los encuestados mencionaron que casi siempre los distintos servicios que brinda la empresa son brindados correctamente desde el primer instante .Por lo tanto, se concluye que en éste rubro hay una preocupación permanente de transmitir un buen servicio desde el inicio del servicio hotelero a fin de que los huéspedes se sientan satisfechos del servicio que recibirán.

- El 68% de los representantes de las Mypes rubro hoteles 3 estrellas manifestaron que el personal del hotel es amable. Este resultado coincide ligeramente con Quiroa (2014), quien indica que el 66% de los Gerentes, centran su atención en aplicar la técnica de la amabilidad. Esto difiere con lo mencionado por Beraun (2016) quien considera que el 53% de los encuestados indicaron que es la cortesía la que tuvo más alto resultado, por otro lado, Carhuaya (2016) indica que 53% de los huéspedes manifiestan que el personal esta con una sonrisa amable en el rostro. Por lo tanto, se concluye que en éste rubro hay una preocupación permanente del personal de transmitir un servicio amable desde el inicio del servicio hotelero con la finalidad de que los huéspedes se sientan satisfechos del servicio que recibirán.
- El 84% de los representantes de las Mypes rubro hoteles 3 estrellas manifestaron que el personal del hotel SI se preocupa por el bienestar de sus clientes. Este resultado difiere de Quiroa (2014), quien indica que el 66% de las empresas hoteleras ofrecen un servicio de 24 horas para brindar una buena satisfacción al cliente, por otro lado, Carhuaya (2016) indica que el 36.4% de los encuestados mencionan que casi siempre se sienten seguros de dejar sus pertenencias en las habitaciones del hotel. Por lo tanto, se concluye que en éste rubro hay una preocupación permanente del personal por el bienestar fisco,

material, y emocional de los clientes desde el inicio hasta el final del servicio hotelero, con la finalidad de que los huéspedes se sientan satisfechos del servicio que recibirán.

- El 68% de los representantes de las Mypes rubro hoteles 3 estrellas manifestaron que la empresa SI capacita a su personal para la mejora de la calidad. Este resultado difiere de Quiroz (2014), quien indica que el 50% de las empresas hoteleras SI capacitan a los colaboradores. Por lo tanto, se concluye que en éste rubro hay una preocupación permanente por parte de los empresarios de que el personal se encuentre capacitados, con la finalidad de que los huéspedes se sientan satisfechos del servicio que recibirán.

PROPUESTA DE MEJORA

Propuesta de mejora a los resultados para la aplicación de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector Servicios, rubro hoteles tres estrellas en el Distrito de Trujillo.

Problema Encontrado (RESULTADOS)	Causas	Solución- Aplicación de Mejora	Responsable
No se valora las herramientas modernas de Gestión.	Desconocimiento de técnicas de gestión en cuanto a su aplicación.	Capacitar a los Gerentes sobre técnicas modernas de Gestión como son: Benchmarking Lluvia de ideas Empowerment Las 5S japonesas	Gerente y/o propietario
NO cuentan con una planificación estratégica sobre la base de un enfoque hacia el desarrollo sostenible	Desconocimiento de planificación estratégica	Desarrollar un programa de asistencia técnica que permita que una institución privada o pública asesore en la implementación de un plan estratégico.	Gerente y/o propietario
El personal que trabaja en la empresa hotelera NO se identifica con los objetivos de la organización	Falta de involucramiento del personal en la elaboración de objetivos organizacionales.	Involucrar al personal en la definición de la Misión, Visión, valores y planteamiento de objetivos organizacionales.	Gerente y/o propietario
NO Se promueve la participación del personal en resolución de problemas que pudieran surgir	Falta de involucramiento del personal en las decisiones de los gerentes	Involucrar al personal en resolución de problemas que pudieran surgir y que se genere una cultura de trabajo en equipo	Gerente y/o propietario
El personal del hotel NO ofrece un servicio rápido y de calidad a sus clientes	Falta de concienciación de atención al cliente y de calidad del personal	Desarrollar programas de capacitación de atención al cliente y gestión de calidad previos a las temporadas altas	Gerente y/o propietario

VI. CONCLUSIONES.

El 60% de los representantes de las Mypes rubro hoteles 3 estrellas tienen edad que oscilan entre los 31-50, El 80% de los representantes de las Mypes rubro hoteles 03 estrellas son de sexo masculino, El 52% de los representantes de las Mypes rubro hoteles 3 estrellas tienen un grado de instrucción superior universitaria, El 80% de los representantes de las Mypes rubro hoteles 3 estrellas son dueños, El 60% de los representantes de las Mypes rubro hoteles 3 estrellas tienen un tiempo de desempeño en el cargo de 7 años a más, El 72 % de las Mypes rubro hoteles 3 estrellas encuestadas indicaron que cuentan de 6 a 10 trabajadores, El 68% de las Mypes rubro hoteles 3 estrellas encuestadas mencionan que cuentan con personal no familiar trabajando.

1.-La Gestión de Calidad de los gerentes está basada en la atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles tres estrellas en el Distrito de Trujillo, 2019.

2.- La gestión de calidad bajo el enfoque atención al cliente puede facilitar tomar mejores decisiones con respecto a la administración y así pueda mejorar la atención y las exigencias de los clientes de las empresas de hotelería, la cual permitirá que las necesidades de las personas tengan satisfacción en la relación directa o indirecta con personal administrativo de la empresa.

3.-La gestión de los gerentes de las micro y pequeñas empresas del rubro hoteles cuentan con conocimientos básicos de planificación estratégica y políticas sobre la base de calidad es importante mencionar que la totalidad de las empresas se encuentran formalizadas y agremiadas cumpliendo con las disposiciones municipales y sectoriales requeridas para su funcionamiento.

4.- La gestión de calidad permite brindar un mejor servicio para lograr posicionar la

empresa y otorgarle una mayor rentabilidad.

5.- Una buena atención al cliente permitirá que los mismos recomienden el hotel a diferentes personas de su entorno por tanto esto generaría mejores ingresos a las empresas hoteleras.

6.- Los clientes consideran que la gestión en las micro y pequeñas empresas del rubro hoteles si está enfocada la atención al cliente, en la medida que se encuentran satisfechos con la atención con los elementos tangibles de los establecimientos, así como, la fiabilidad, empatía y capacidad de respuesta del personal.

7.- Con la información sistematizada estadísticamente obtenidas de las encuestas podemos afirmar que las características de gestión de calidad y las características de atención al cliente en los hoteles tres estrellas aún faltan una mejora continua lo cual permitirá una mejor rentabilidad en las empresas

VI.- RECOMENDACIONES.

1.- Escuchar al cliente es primordial ya que es el que recibe el servicio y detecta las principales deficiencias ponerse a trabajar en las fallas y requerimientos detectados permitirá mejorar significativamente el servicio brindado.

2.- Establecer estrategias innovadoras que permitan mejorar el servicio comprometiendo a todos los trabajadores a trabajar con esmero y dedicación promoviendo un servicio de calidad.

3.- Las empresas brindan capacitaciones a sus trabajadores, pero dichas capacitaciones no tienen sentido si no existe el compromiso de todos por el cambio si los trabajadores no trabajan con compromiso y dedicación no brindaran un servicio de excelencia.

4.- Como recomendación general para lograr un buen servicio se propone establecer internamente una meta de excelencia como manejar un día sin errores de esta manera se observará el esmero y dedicación de los empleados de esta manera los empleados trabajaran con integridad lo cual conllevara a un servicio de calidad.

5.- Ejecutar el plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro hoteles, 2019.

6.- Se recomienda a los representantes recibir charlas y capacitaciones sobre la importancia de la atención al cliente como factor importante para adecuar una buena gestión de calidad teniendo como base la satisfacción del cliente. Se recomienda crear estrategias basadas en un diagnóstico, realizando un plan estratégico en base a puntos fuertes y debilidades de la empresa, teniendo como base los beneficios que se obtienen de una adecuada atención al cliente.

7.- Se recomienda hacer seguimiento a los clientes, registrando sus datos en un programa el cual favorecerá mejorar la atención, la capacitación de ms clientes, y fidelizarlos; generando un aumento en su rentabilidad

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

- Anfitriones.(2009). Manual de Buenas prácticas para la atención al cliente en hoteles. Recuperado de http://www.anfitrionesturismo.es/wp-content/uploads/2016/06/mbp_HOTELES_may09.pdf
- Ballon, S. (20168). Evaluación en la calidad de servicio y satisfacción del cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay. (Tesis Pregrado). Universidad ESAN. PERU.
- Barceló, P. (2013). La excelencia en el customer service. Barcelona. España .MST Holding
- Benites, J. (2010). La calidad del Servicio en la Industria Hotelera de la ciudad de las Palmas de Gran Canarias. (tesis doctoral). Universidad De Las Palmas De Gran Canaria. España.
- Calvanapon, M. (2017). Calidad de servicio en los hoteles boutique de la ciudad de Trujillo. (Tesis Pregrado). Universidad Privada del Norte . PERU.
- Contreras, J. (Julio de 2016). Políticas Públicas para PYMEs en el PERÚ .1° Congreso de Mypes .Congreso llevado a cabo en Costa Rica.
- Guanilo, J. (2015). La competitividad en la atención al cliente de la micro y pequeña empresa del sector servicio – rubro hotelería de la ciudad de nuevo Chimbote- 2014. (Tesis Pregrado). Universidad ULADECH. PERU.
- Horna, J. (2014). Percepción de los turistas extranjeros respecto a la calidad de servicios que brindan los hoteles en el balneario de Huanchaco. (Tesis Pregrado). Universidad Nacional de Trujillo, La Libertad, Perú.
- Ley N° 29408. Diario Oficial el Peruano, lima, Perú , 16 de Setiembre de 2009.
- Persson, L.A.(2007). Sistemas de gestión de la Calidad con enfoque al Cliente. Valladolid. España. Enclave

Sánchez, A. (2018). Determinación del nivel de satisfacción de los clientes del hotel bolívar plaza de la ciudad de armenia. (Tesis Pregrado). Universidad La Gran Colombia. Colombia.

.Tschohl, J.(2008). Servicio al cliente: el arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia. Minnesota. Estados Unidos. Bets Sellers.

ANEXOS

ANEXO 1: CRONOGRAMA

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																
N°	Actividades	Año 2019-02														
		Periodo: del 18/08/2019 al 07/12/2019														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	Elaboración del Proyecto															
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación															
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación															
4	Exposición del proyecto al JI															
5	Mejora del marco teórico y metodológico															
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de Información															
7	Elaboración del consentimiento informado (*)															
8	Recolección de la Información															
9	Presentación de Resultados															
10	Análisis e Interpretación de los															
11	Redacción del informe Preliminar															
12	Redacción de artículo Científico															
13	Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación															
14	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación															

ANEXO 2: PRESUPUESTO

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	0.20	300	60.00
• Fotocopias	0.10	300	30.00
• Empastado	45.00	2	90.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	12.00	2	24.00
• Lapiceros	0.50	3	1.50
Servicios			
• Uso de Turnitin	100.00	1	100.00
Sub total			305.50
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar Información	20.00	5	100.00
Sub total			100.00
Total, presupuesto desembolsable			405.50
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso Humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			1057.50

Anexo 3: Instrumento de recolección de datos.



ENCUESTA

El presente cuestionario se aplicará a los Representantes de las empresas Mypes, con la finalidad de recabar información, ya que es muy importante para mi trabajo de investigación que lleva por título: **GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE Y PROPUESTA DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO HOTELES 3 ESTRELLAS EN EL DISTRITO DE TRUJILLO, 2019.**

La información que usted proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación. Agradeciéndole anticipadamente.

INSTRUCCIONES: Marque con una X la respuesta que crea conveniente, de acuerdo a su percepción, en cada uno de los enunciados:

DATOS GENERALES:

I. DATOS DEL REPRESENTANTE DE LA EMPRESA.

1.- ¿Edad del Propietario y/o Representante Legal de la empresa?.

- a) De 18 a 30 años.
- b) De 31 a 50 años.
- c) De 51 a más.

2.- ¿Género del Propietario y/o Representante Legal de la empresa?.

- a) Masculino.
- b) Femenino.

3.- ¿Grado de Instrucción del Propietario y/o Representante Legal de la empresa?.

- a) Secundaria.
- b) Superior No Universitaria.
- c) Superior Universitaria.

4.- ¿Cargo que desempeña?

- a) DUEÑO.
- b) ADMINISTRADOR.

5.- ¿Tiempo en el Cargo?.

- a) 0 – 3 años.
- b) 4 – 6 años.
- c) 7 a más años.

II. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE GESTIÓN.

6.- ¿Tiempo en el Rubro?.

- a) 0 – 3 años.
- b) 4 – 6 años.
- c) 7 a más años.

7.- ¿Número de Trabajadores?.

- a) 1 – 5 Colaboradores.
- b) 6 - 10 Colaboradores.
- c) 11 a más Colaboradores.

8.- ¿COLABORADORES DE LA EMPRESA SON?.

- a) FAMILIARES.
- b) PARTICULARES.

9.- ¿Conoce el Terminó Gestión de Calidad?.

- a) SI.
- b) NO.

10.- ¿Herramientas Modernas que conoce?.

- a) Benchmarking.
- b) Lluvia de Ideas.
- c) Empowermet.
- d) Las 5 C.
- e) Atención al Cliente

11.- ¿La Empresa Cuenta con una Planificación estratégica sobre la base de un enfoque hacia el desarrollo sostenible?.

- a) SI.
- b) NO.

12.- ¿El personal que trabaja en la empresa hotelera se identifica con los objetivos de la organización?.

- a) SI.
- b) NO.

13.- ¿Se promueve la participación del personal en la planificación de la empresa y resolución de problemas que pueda surgir?

- a) SI.
- b) NO.

14.- ¿La empresa, en medida de sus posibilidades y de acuerdo a un crecimiento sostenido, otorga prioridad a la creación de puesto de trabajo estable y a tiempo completo?.

- a) SI.
- b) NO.

15.- ¿Conoce el termino atención al Cliente?.

- a) Si.
- b) NO.

16.- ¿La Buena atención al Cliente, es fundamental para conservarla?.

- a) SI.
- b) NO.

17.- ¿El Personal del Hotel trasmite un buen servicio desde el primer momento?.

- a) SI.
- b) NO.

18.- ¿El Personal del Hotel ofrece un servicio rápido a sus clientes?.

- a) SI.
- b) NO.

19.- ¿El Personal del Hotel es amable?.

- a) SI.
- b) NO.

20.- ¿El Hotel se preocupa por el bienestar de sus clientes?.

- a) SI.
- b) NO.

21.- ¿La empresa capacita a su personal para la mejora de calidad?.

- a) SI.
- b) NO.

De los Representantes Legales		CRITERIOS DE EVALUACIÓN				TOTAL
1	¿Edad del Propietario y/o Representante Legal de la Empresa?	De 18 a 30 años	De 31 a 50 años	De 51 a mas		
2	¿Género del Propietario y/o Representante Legal de la Empresa?	Masculino	Femenino			
3	¿Grado de Instrucción del Propietario y/o Representante Legal de la empresa?	Secundaria	Superior no Universitaria	Superior Universitaria		
4	Cargo que Desempeña	Dueño	Administrador			
5	¿Tiempo en el Cargo?	0 a 3	4 a 6	7 a más años		
6	¿Tiempo en el Rubro?	0 a 3	4 a 6	7 a más años		
7	¿Número de Trabajadores?	1 a 5 Colaboradores	6 a 10 Colaboradores	11 a mas colaboradores		
8	¿Los Colaboradores de la empresa son:?	Familiares	Particulares			

9	¿Conoce el termino gestión de Calidad?	SI	NO				
10	¿Herramientas modernas que Conoce?	Benchmarking	Lluvia de ideas	Empowerment	Las 5S	Atención al Cliente	
11	¿La empresa cuenta con una planificación estratégica?	SI	NO				
12	¿El Personal que trabaja en la empresa hotelera se identifica con los objetivos de la organización?	SI	NO				
13	¿Se promueve la participación del personal en la planificación de la empresa y resolución de problemas que pudieran surgir?	SI	NO				
14	¿La empresa, en la medida de sus posibilidades y de acuerdo a su crecimiento sostenido, otorga prioridad a la creación de puestos de trabajo estables y a tiempo completo?	SI	NO				
15	¿Conoce el termino Atención al Cliente?	SI	NO				

16	¿La buena atención brindada al cliente, es fundamental para conservarla?	SI	NO			
17	¿El personal del Hotel Transmite un buen servicio desde el primer momento?	SI	NO			
18	¿El personal del Hotel ofrece un servicio rápido a sus clientes ?	SI	NO			
19	¿El Personal del Hotel es amable?	SI	NO			
20	¿El Hotel se preocupa por el Bienestar de sus Clientes?	SI	NO			
21	¿La empresa capacita a su personal para la mejora de la Calidad ?	SI	NO			

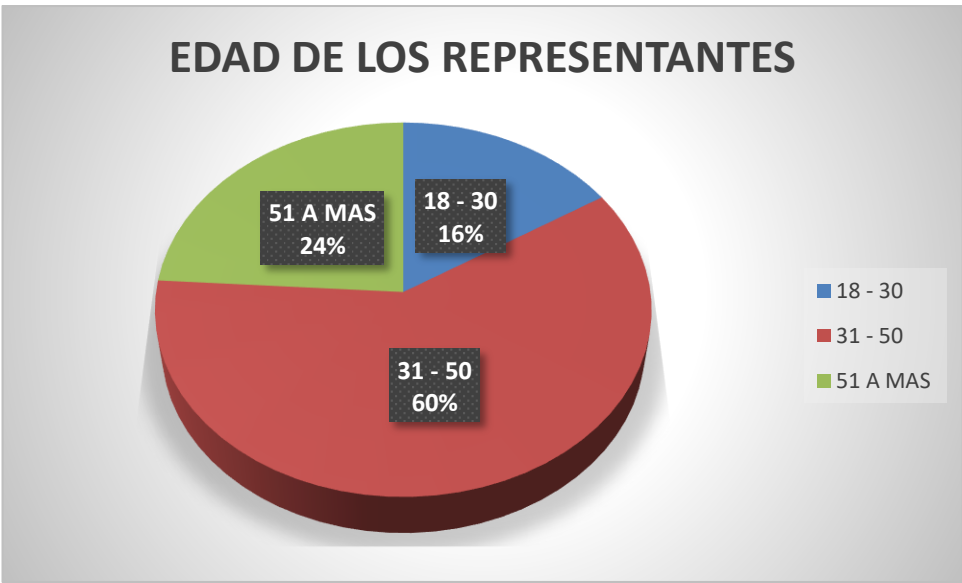


FIGURA 1. EDAD DE LOS REPRESENTANTES

Fuente. Tabla 1

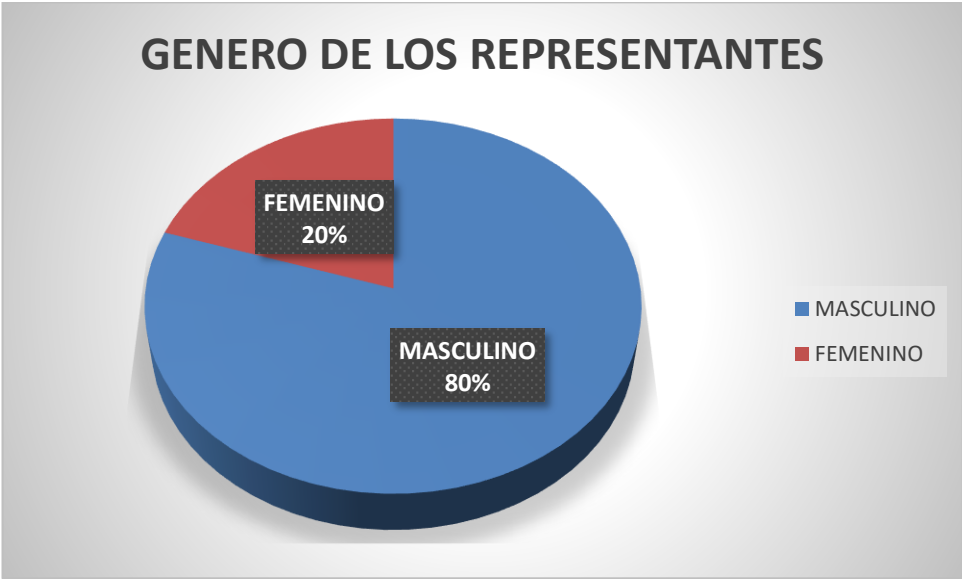


FIGURA 2. GENERO DE LOS REPRESENTANTES

Fuente. Tabla 1

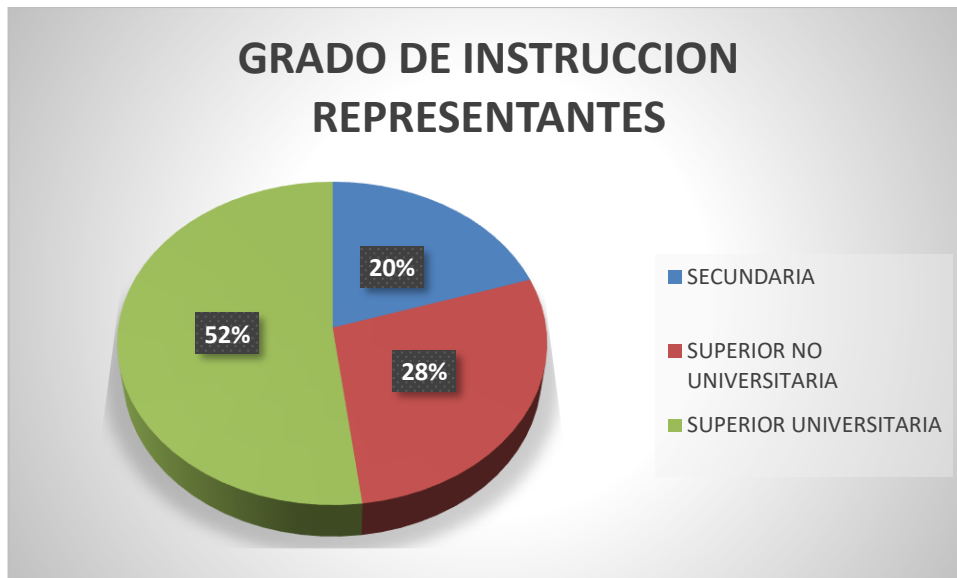


FIGURA 3 GRADO DE INSTRUCCION DE LOS REPRESENTANTES

Fuente. Tabla 1

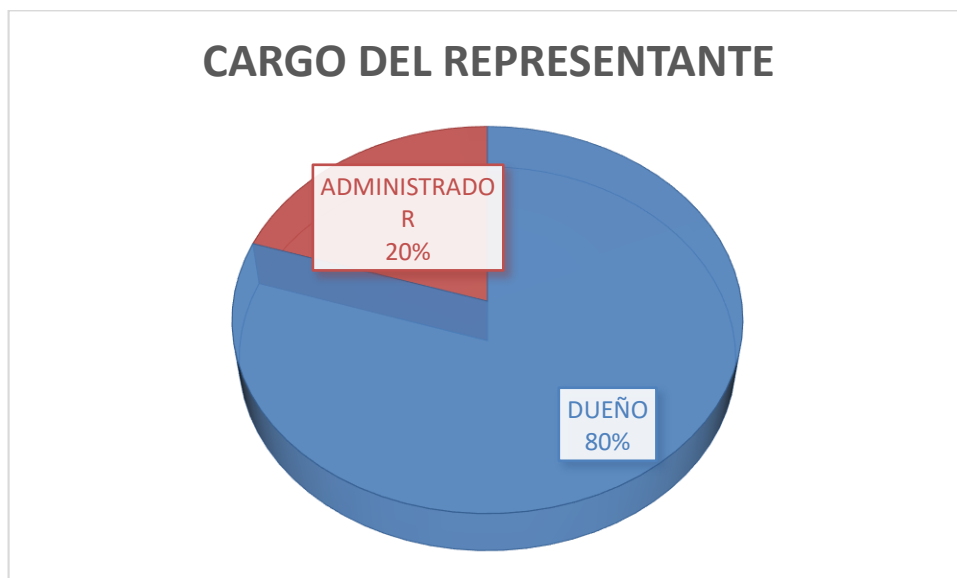


FIGURA 4 CARGO DEL REPRESENTANTE

Fuente. Tabla 1



FIGURA 5 TIEMPO QUE DESEMPEÑA EL CARGO

Fuente. Tabla 1



FIGURA 6 TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL RUBRO

Fuente. Tabla 2

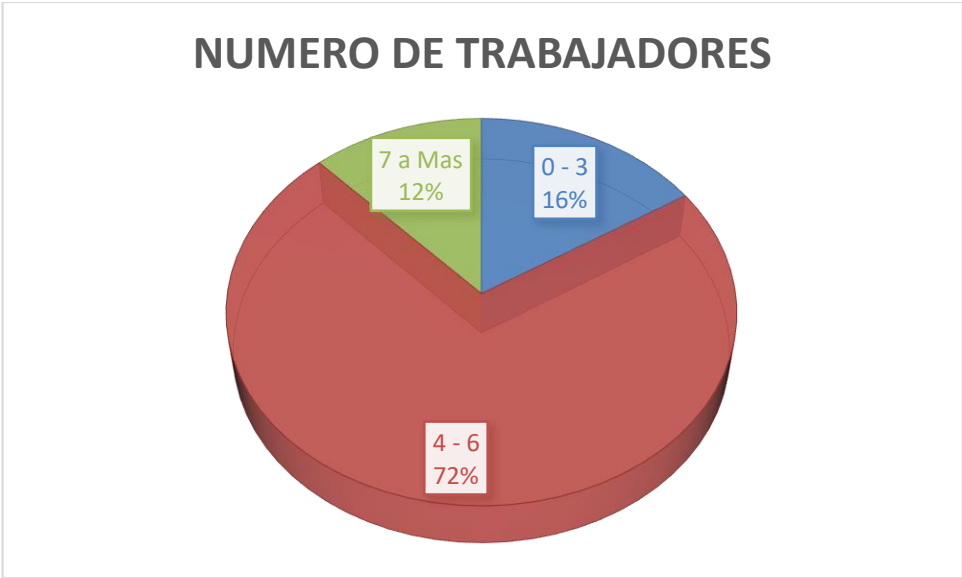


FIGURA 7 NUMERO DE TRABAJADORES

Fuente. Tabla 2

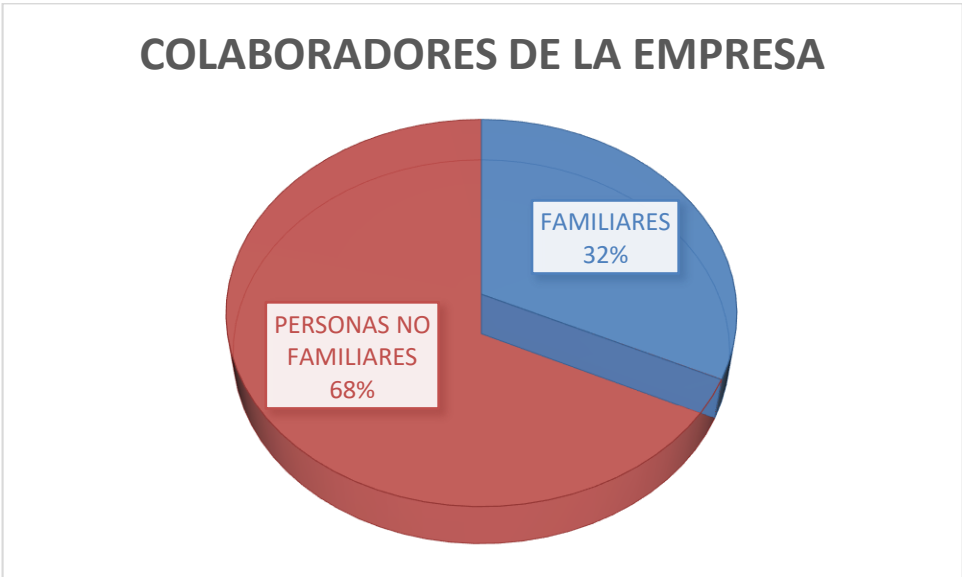


FIGURA 8 COLABORADORES DE LA EMPRESA

Fuente. Tabla 2



FIGURA 9 CONOCE EL TERMINO GESTION DE CALIDAD
Fuente. Tabla 3

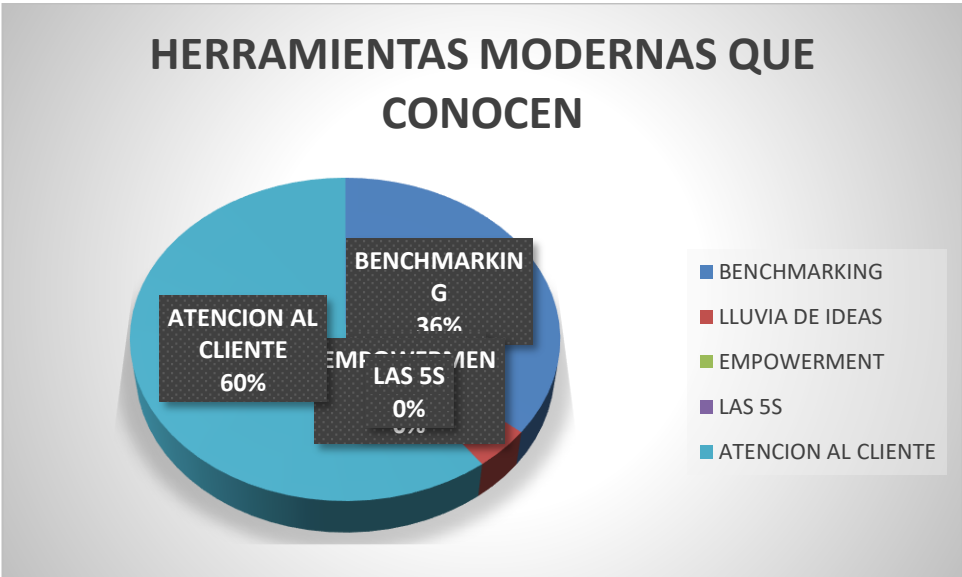


FIGURA 10 HERRAMIENTAS MODERNAS QUE CONOCEN
Fuente. Tabla 3

CUENTAN CON PLANIFICACION ESTRATEGICA

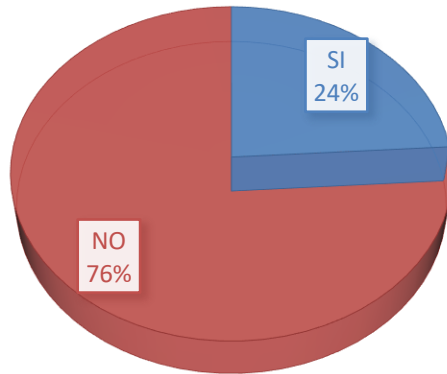


FIGURA 11 LA EMPRESA CUENTA CON PLANIFICACION ESTRATEGICA

Fuente. Tabla 3

EL PERSONAL SE IDENTIFICA CON LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA

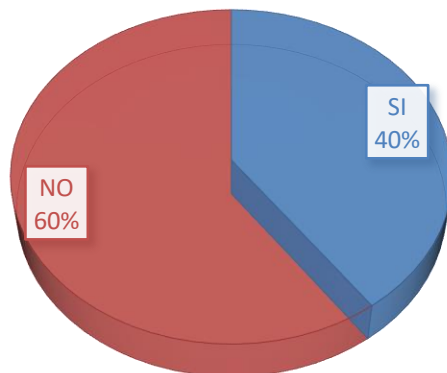


FIGURA 12 EL PERSONAL QUE TRABAJA EN LA EMPRESA SE IDENTIFICA CON LOS OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN

Fuente. Tabla 3



FIGURA 13 SE PROMUEVE LA PARTICIPACION DEL PERSONAL EN LA PLANIFICACION DE LA EMPRESA Y SOLUCION DE PROBLEMAS

Fuente. Tabla 3

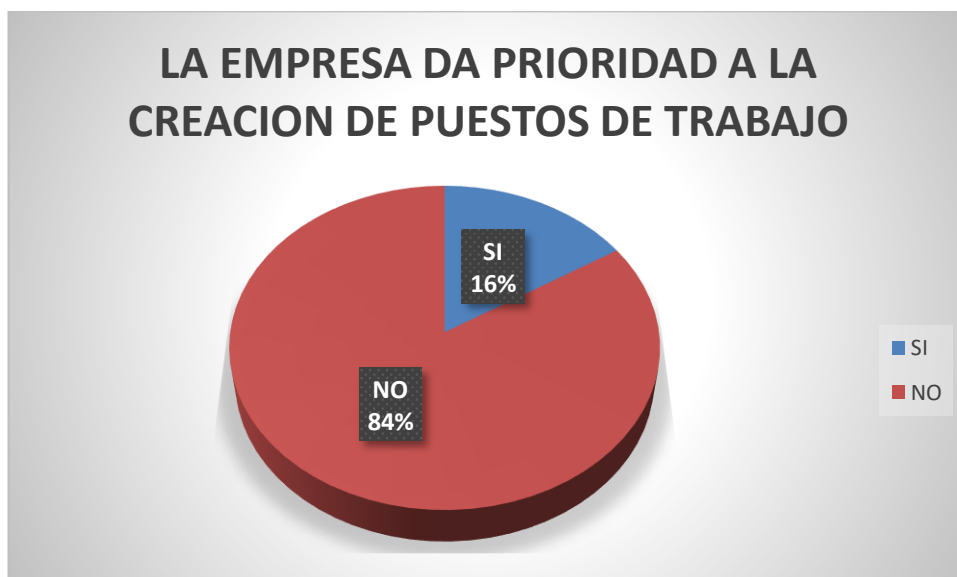


FIGURA 14 LA EMPRESA DA PRIORIDAD A LA CREACION DE PUESTOS DE TRABAJO ESTABLE

Fuente. Tabla 3



FIGURA 15 CONOCE EL TERMINO ATENCION AL CLIENTE

Fuente. Tabla 3



FIGURA 16 LA BUENA ATENCION BRINDADA AL CLIENTE, ES FUNDAMENTAL PARA CONSERVARLA

Fuente. Tabla 3

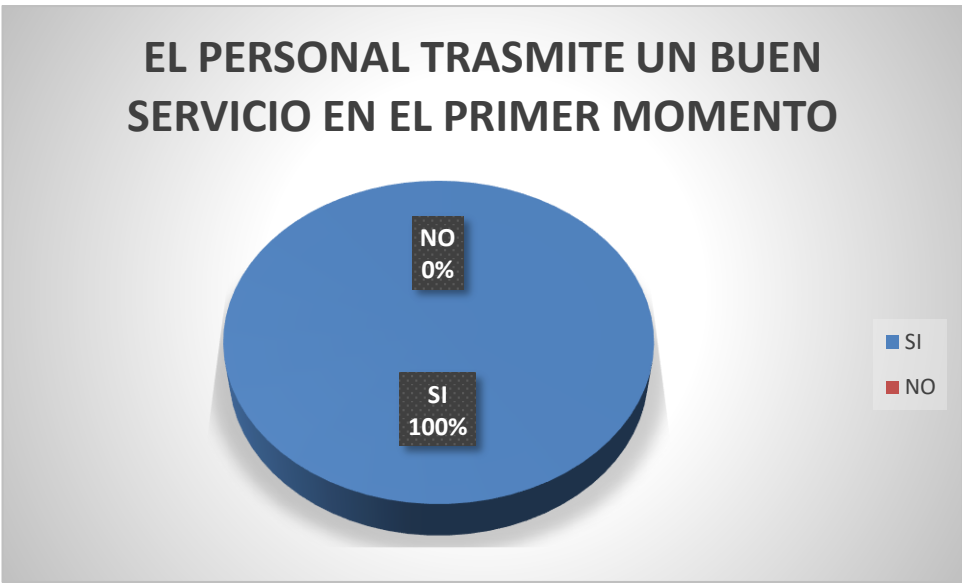


FIGURA 17 EL PERSONAL DEL HOTEL TRASMITIENE UN BUEN SERVICIO DESDE EL PRIMER MOMENTO

Fuente. Tabla 3



FIGURA 18 EL PERSONAL DEL HOTEL OFRECE UN SERVICIO RAPIDO A SUS CLIENTES

Fuente. Tabla 3

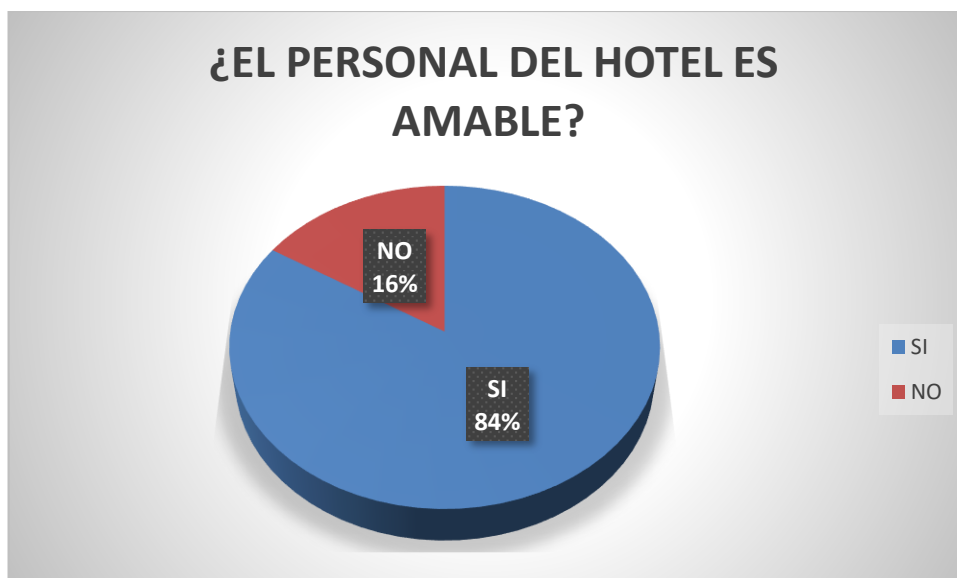


FIGURA 19 ¿EL PERSONAL DEL HOTEL ES AMABLE?

Fuente. Tabla 3



FIGURA 20 ¿EL HOTEL SE PREOCUPA POR EL BIENESTAR DE SUS CLIENTES?

Fuente. Tabla 3



FIGURA 21 ¿LA EMPRESA CAPACITA A SU PERSONAL PARA LA MEJORA DE LA CALIDAD?

Fuente. Tabla 3

ANEXO 5

MUESTRA Y POBLACION

ITEM	RAZON SOCIAL	DIRECCION	REPRESENTANTE
01	MANUEL ALBERTO OTINIANO SAAVEDRA	CALLE HUASCAR N°236-240	MANUEL ALBERTO OTINIANO SAAVEDRA
02	HOTEL AMORETTO SRL	AV.ANTENOR ORREGO K-36,37, 38 URB.COVICORT	DINA YAÑEZ DE SALDAÑA
03	INVERSIONES Y SERVICIOS SV SAC	AV. TEODORO VALCARCEL 691 - URB. PRIMAVERA	CHRISTIAN TOMAS SULEM VASQUEZ
04	AWQA HOTELES EIRL	MANZ. "M" LOTE: 8, URB. VISTA HERMOSA	ALEXIS SAMUEL CASTILLO LLANOS
05	HOTELES CASA DEL PARQUE EIRL	CA. FELIPE PINGLO N° 617 - URB. PRIMAVERA	LUIS AUGUSTO CARRILLO CABRERA
06	INVERSION HOTELERA Y DE TURISMO SAC	JR. BOLIVAR N° 355	MARINO YSMAEL CHAVEZ TEVES
07	INVERSIONES TURISTICAS LIBERTAD SAC	DIAZ DE CIENFUEGOS 198-URB. LA MERCED	CESAR ADELINO DELGADO AZULA
08	INVERSIONES CONTINENTAL SA.	JR. GAMARRA N° 663	JUAN JULIO LAU LEON
09	HOTEL CHAVIN SEÑORIAL SRL.	AV. LARCO N°1243	LUZ CORAL GARCIA DE MALDONADO
10	HOTEL CHICAMA SAC	LOS CAPULLOS MZ. L5 - L: 21 y 22, URB. LOS ROSALES	JAVIER ENRIQUE CARDENAS GOYZUETA
11	SERVICIOS TURISTICOS POSAL SAC	JR. ALMAGRO N° 631	ALICIA PONCE VERA
12	SERVICIOS TURISTICOS CHIMU EIRL.	URB. VISTA HERMOSA, MANZ."H" - LOTE: 8	ROBERT ALIPIO AGUILAR LOZADA
13	D' SEOS HOTEL EIRL	AV. A. ORREGO MAZ. K - LOTE: 40, URB. COVICORTI	CECILIA ESTHER CARBAJAL MIRANDA
14	NEGOCIOS DUBAI E.I.R.L.	AV. AMERICA SUR 326-332-URB. ARANJUEZ	MARCO ANTONIO RAMOS ARTEAGA
15	HOTEL EL BRUJO SAC	JR. ENDEPENDENCIA 978	RICARDO MARTIN MEJIA ANTICONA
16	CONSORCI EMPRESARIAL CENTURION SRL	CA. PARAGUAY 304 URB. EL RECREO	OSCAR ALFREDO CENTURION CALDERON
17	GOLDEN GREEN HOSTAL SRL.	MANUEL VERA ENRIQUEZ 669 - URB. PRIMAVERA	YENNY SIFUENTES DIAZ
18	GRAN BOLIVAR HOTEL SA	JR. BOLIVAR N° 957	LINDA ANTONIETA QUIPUZCO GUERRA
19	IVANKAA HOSTEL TRAVEL EIRL	CA. ANTONIO RAYMONDI N° 179 - INT. C1	GUINA CARLA ALVARADO SILVA
20	GRUPO HOTELERO DEL NORTE SAC	MANZ. "D" - LOTE: 12, URB. VISTA HERMOSA	JAIME HUMBERTO RIVERA TORRES
21	LA HACIENDA DE TRUJILLO EIRL	JR. SAN MARTIN N° 780	JORGE LUIS SALVADOR VILLACORTA
22	HOSTALES LAISS SAC	AV. PROL. MIRAFLORES N° 2031 - URB. MANPUESTO	RENOLFO ROBERTO LAIZA NAVEZ
23	HOSTAL LAS MERCEDES S.A.C.	JR. COLON 525	FERNANDO MAXIMO VASQUEZ VASQUEZ
24	EMPRESA HOTELERA LIBERTAD S.A.C.	JR. AMAZONAS 450	GLADIS ALVA DE LEON
25	LOS CONQUISTADORES HOTEL SA.	DIEGO DE ALMAGRO N° 586	MARIA MAGDALENA NECIOSUP LISA