



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**PROPUESTA DE MEJORA EN EL SERVICIO AL
CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO
HOSPEDAJE, CASO: “EL PARAISO”, SAN VICENTE-
CAÑETE, 2020.**

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

AUTOR:

**ROJAS VARGAS DE TORRES, VERONICA JESUS
ORCID: 0000-0002-1038-4138**

ASESOR:

**RALLI MAGIPO, LIZBETH GIOVANNA
ORCID: 0000-0002-50347024**

CAÑETE – PERÚ

2020

TÍTULO DE LA TESIS

PROPUESTA DE MEJORA EN EL SERVICIO AL CLIENTE PARA LA
GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
DEL RUBRO HOSPEDAJE, CASO: “EL PARAÍSO”, SAN VICENTE-
CAÑETE, 2020.

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

ROJAS VARGAS DE TORRES, VERONICA JESUS

ORCID: 0000-0002-1038-4138

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,

Cañete, Perú

ASESOR

RALLI MAGIPO, LIZBETH GIOVANNA

ORCID: 0000-0002-5034-7024

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias

Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de

Administración, Cañete, Perú

JURADO

PRESIDENTE

ZENOZAIN CORDERO, CARMEN ROSA

ORCID ID: 0000-0001-6079-2319

MIEMBRO

ESPINOSA OTOYA, VICTOR HUGO

ORCID ID: 0000-0002-7260-5581

MIEMBRO

MEZA DE LOS SANTOS, JUAN PABLO

ORCID ID: 0000-0001-8852-1342

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Dra. Zenzain Cordero, Carmen Rosa

Presidente

Lic. Espinosa Otoya, Víctor Hugo

Miembro

Mgtr. Meza de los Santos, Juan Pablo

Miembro

Mgtr. Ralli Magipo, Lizbeth Giovanna

Asesor

AGRADECIMIENTO

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

A toda mi familia, quienes estuvieron siempre a mi lado apoyándome en todo momento a pesar de todos los obstáculos.

A mis amistades por sus palabras de aliento y cariño.

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

DEDICATORIA

Esta tesis va dedicada hasta el cielo, para mi madre ALICIA, a la mujer admirable, a la mujer luchadora en todo sentido de la palabra, a la abuela consentidora, a ti madre que eras mi inspiración de todos mis logros y aunque ya no estés conmigo, este título será tuyo mamá, ahora eres la estrella más bonita en el cielo y tú luz brillará por siempre en nuestros corazones. Te extraño y te amo MAMA.

A mis hijos, porque ellos son mi felicidad y me brindan la fortaleza para seguir adelante.

RESUMEN

En el hospedaje El Paraíso en donde se concentra la presente investigación, se percibió algunas falencias en el servicio al cliente; por ello, se planteó el siguiente enunciado ¿Cuál es la propuesta de mejora en el servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del Rubro Hospedaje, Caso: “EL PARAISO”, San Vicente - Cañete, 2020? Para ello se planteó el siguiente objetivo general: Elaborar la propuesta de mejora en el servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del Rubro Hospedaje, Caso: “EL PARAISO”, San Vicente - Cañete, 2020. El alcance fue local ya que se desarrolló en el Distrito de San Vicente. Asimismo, metodológicamente, la investigación tuvo un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, descriptivo de corte transversal. Se aplicó un cuestionario bajo la técnica de encuesta, que se realizó a 260 clientes. Los resultados obtenidos demuestran que el 51% están totalmente de acuerdo con las instalaciones modernas que presenta el hospedaje, el 92% están totalmente de acuerdo con la empatía, el 33% que demuestra los colaboradores no están de acuerdo ni desacuerdo con la eficacia y rapidez de la atención del hospedaje y el 100% están totalmente de acuerdo sobre la gestión de calidad. Por lo tanto, se concluye que la propuesta de mejora se enfocara en mejorar la capacidad de respuesta de los clientes con la finalidad de brindar una atención eficaz y rápida.

Palabras clave: Calidad, Cliente, Gestión, Restaurante, Servicio.

ABSTRACT

In the El Paraíso lodge where the present investigation is concentrated, some shortcomings in customer service were perceived; For this reason, the following statement was raised: What is the proposal for improvement in customer service for quality management in micro and small companies in the Accommodation category, Case: “EL PARAISO”, San Vicente - Cañete, 2020? For this, the following general objective was proposed: Prepare the proposal to improve customer service for quality management in micro and small companies in the Hosting Sector, Case: "EL PARAISO", San Vicente - Cañete, 2020. The scope was local since it was developed in the District of San Vicente. Likewise, methodologically, the research had a quantitative approach, with a non-experimental, descriptive, cross-sectional design. A questionnaire was applied using the survey technique, which was carried out to 260 clients. The results obtained show that 51% totally agree with the modern facilities that the lodging presents, 92% totally agree with the empathy, 33% that the collaborators show they do not agree or disagree with the efficiency and speed of the hospitality care and 100% totally agree on quality management. Therefore, it is concluded that the improvement proposal will focus on improving the response capacity of customers in order to provide effective and fast service.

Keywords: Quality, Customer, Management, Restaurant, Service.

CONTENIDO

TÍTULO DE LA TESIS.....	ii
EQUIPO DE TRABAJO	iii
FIRMA DEL JURADO Y ASESOR.....	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
CONTENIDO	ix
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	5
III. HIPÓTESIS	36
IV. METODOLOGÍA	37
4.1. Diseño de la investigación	37
4.2. Población y muestra.....	38
4.3. Definición y operacionalización de variables.....	41
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	42
4.5. Plan de análisis	42
4.6. Matriz de consistencia	44
4.7. Principios éticos.....	45
IV. RESULTADOS	47
5.1 Resultados.....	47
5.2. Análisis de resultados	70
VI. CONCLUSIÓN	74
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS.....	76
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	79
ANEXOS.....	86
1.- Instrumento de recolección de datos	86
2.- Consentimiento informado.....	88
3.- Remype	98
4.- Carta de Presentación.....	99
5.- Carta de Aceptación	100
6.- Licencia de Funcionamiento	101

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: <i>Definición y operacionalización de variables</i>	41
Tabla 2: <i>Matriz de consistencia</i>	44
Tabla 3: <i>Instalaciones</i>	47
Tabla 4: <i>Comodidad en las instalaciones</i>	48
Tabla 5: <i>Instalaciones Modernas</i>	49
Tabla 6: <i>Uniforme</i>	50
Tabla 7: <i>Atención personalizada</i>	51
Tabla 8: <i>Cortesía</i>	52
Tabla 9: <i>Disposición de ayuda</i>	53
Tabla 10: <i>Escucha sus necesidades</i>	54
Tabla 11: <i>Horario de atención</i>	55
Tabla 12: <i>Tiempo de espera</i>	56
Tabla 13: <i>Eficiente y rápido</i>	57
Tabla 14: <i>Disposición de ayuda</i>	58
Tabla 15: <i>Ayuda en todo momento</i>	59
Tabla 16: <i>Necesidades de los clientes</i>	60
Tabla 17: <i>Sugerencias</i>	61
Tabla 18: <i>Objetivo de calidad</i>	62
Tabla 19: <i>Mercado objetivo definido</i>	63
Tabla 20: <i>Motivación</i>	64
Tabla 21: <i>Trabajo conjuntamente</i>	65
Tabla 22: <i>Última generación</i>	66
Tabla 23: <i>Captar clientes</i>	67
Tabla 24: <i>Capacitación</i>	68
Tabla 25: <i>La atención brindada</i>	69

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1:</i> Instalaciones	47
<i>Figura 2:</i> Comodidad en las instalaciones.....	48
<i>Figura 3:</i> Instalaciones modernas.....	49
<i>Figura 4:</i> Uniforme	50
<i>Figura 5:</i> Atención personalizada.....	51
<i>Figura 6:</i> Cortesía.....	52
<i>Figura 7:</i> Disposición de ayuda.....	53
<i>Figura 8:</i> Escucha sus necesidades.....	54
<i>Figura 9:</i> Horario de atención	55
<i>Figura 10:</i> Tiempo de espera.....	56
<i>Figura 11:</i> Eficiente y rápido	57
<i>Figura 12:</i> Disposición de ayuda.....	58
<i>Figura 13:</i> Ayuda en todo momento	59
<i>Figura 14:</i> Necesidades de los clientes.....	60
<i>Figura 15:</i> Sugerencias.....	61
<i>Figura 16:</i> Objetivo de calidad.....	62
<i>Figura 17:</i> Mercado objetivo definido	63
<i>Figura 18:</i> Motivación.....	64
<i>Figura 19:</i> Trabajo conjuntamente	65
<i>Figura 20:</i> Última generación	66
<i>Figura 21:</i> Captar clientes	67
<i>Figura 22:</i> Capacitación	68
<i>Figura 23:</i> La atención brindada	69

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación denominado: Propuesta de mejora en el servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro hospedaje, caso: “EL PARAÍSO”, Cañete 2020. Nos enfocamos en mejorar el servicio al cliente en una empresa hotelera para gestión de calidad; el cual es un factor muy esencial para el éxito de la entidad que debe ser brindada primordialmente en función de las necesidades o deseos del cliente puesto que incrementará la influencia de visitantes por ende se obtendrá mayores ingresos económicos.

En la actualidad, los países se encuentran enfrentando una crisis mundial provocada por una pandemia, trayendo grande descenso en la economía. Los países más afectados son los europeos y asiáticos, ya que en dichos lugares se dio inició la pandemia. (Diario Gestión, 2020, p.1)

El sector hotelero es el que maneja mayor productividad con un 10% del ingreso del PBI a nivel mundial. (Atrevía, 2020, p.1)

En el Perú las MYPE posee un destacable comportamiento dentro de la economía, su aporte se incrementa continuamente al ser el tipo empresarial más difundido a nivel nacional en los últimos años. Obteniendo un porcentaje del 95%, donde un 70% corresponde a microempresas con un bajo volumen de ventas anuales, mucho menor a las 150 UIT establecidas por la Ley de la MYPE.

La gestión de calidad se ha convertido muy importante para el sector de hotelería. Con la finalidad de brindar un buen servicio a los clientes y mantenerlo satisfechos con sus expectativas. Es por esta razón que para ofrecer una buena atención al cliente de la

Empresa “EL PARAISO”, se debe de identificar las formas más adecuada de brindar un buen servicio a los clientes.

En este sentido es imprescindible para el sector hotelero contar con un sistema que provea información constante, clara, fluida y fidedigna y un seguimiento continuo de cada uno de los actores que intervienen en el servicio hotelero. Para corregir errores, valorar esfuerzos y subsanar situaciones problemáticas. Este es un gran paso hacia la concreción de ese objetivo siempre instalado en el horizonte que nos lleva a ser mejores cada día, brindando un servicio de calidad.

Los hoteles son el sitio principal para descansar y poder salir de la rutina donde van a poder encontrar restaurante, que brinda diversos platos a degustar, piscinas y juegos recreativos, que son complemento para su estadía.

El sector hotelero ha tenido un crecimiento importante en el Perú por los niveles de inversión que se han dado en los últimos cinco años. Sin embargo, la gran mayoría de los alojamientos en el país andino no está manejada ni operado por profesionales con estudios y capacitación. "Hay mucho empirismo a nivel de establecimientos de hospedaje o restaurantes y eso se nota a nivel principalmente de provincias, pero también en la capital". En ese sentido, hace falta mayor inversión en capacitación para mejorar el servicio al cliente y profesionalización en el personal que labora en los hospedajes de todo el país, así como capacitar a los actuales profesionales

Perú es un gran atractivo turístico que cuenta con numerosos destinos que atraen a turistas tanto nacionales como internacionales. La industria hotelera en Lima se ha desarrollado considerablemente a través de los años y los servicios que estos hoteles ofrecen también. Dado que la tecnología ocupa un lugar importante, como se menciona

anteriormente, dentro de la operación y el servicio al cliente, es importante que el Hotel “EL PARAISO” conserve un lugar alto dentro de los servicios ofrecidos. Es por esta razón que para ofrecer una buena atención al cliente de la Empresa “EL PARAISO”, se debe de identificar las formas más adecuada de brindar un servicio de calidad a los clientes. Obteniendo como referencia los problemas expuestos, se ha decidido realizar la presente investigación, planteando el siguiente enunciado del problema ¿Cuál es la propuesta de mejora en el servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del Rubro Hospedaje, Caso: “EL PARAISO”, San Vicente - Cañete, 2020? Por lo siguiente se plantea el Objetivo general: Elaborar la propuesta de mejora en el servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del Rubro Hospedaje, Caso: “EL PARAISO”, San Vicente - Cañete, 2020.

Considerando Objetivos específicos:

Determinar las características del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del Rubro Hospedaje, Caso: “EL PARAISO”, San Vicente - Cañete, 2020.

Identificar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del Rubro Hospedaje, Caso: “EL PARAISO”, San Vicente - Cañete, 2020.

Determinar la propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del Rubro Hospedaje, Caso: “EL PARAISO”, San Vicente - Cañete, 2020.

Esta investigación, permitirá conocer desde el punto de vista teórico respecto a los principales métodos y teorías del servicio al cliente y gestión de la calidad que permitió describir la problemática en el sector hotelero y plantear una propuesta de solución. Desde el punto de vista en la práctica se justifica en base al estudio del servicio al cliente y la gestión de calidad, que contribuirá para el hospedaje “El Paraíso” Distrito de San Vicente.

El objeto de estudio, a realizar una adecuada mejora en el servicio al cliente para la gestión de calidad. Para así afrontar sucesos inesperados, implantando las mejores políticas y prácticas para brindar un servicio de calidad. Desde el punto de vista metodológico, esta investigación permitirá conocer método científico lo cual garantiza la confiabilidad de la información lo cual permitirá que sirva de referencia para futuras investigaciones.

Asimismo, metodológicamente, la investigación fue de enfoque cuantitativo, con un nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal. Con la aplicación de un cuestionario bajo la técnica de encuesta, que se realizó a 260 clientes.

Los resultados obtenidos demuestran que el 51% están totalmente de acuerdo con las instalaciones modernas que presenta el hospedaje, el 92% están totalmente de acuerdo con la empatía, el 33% que demuestra los colaboradores no están de acuerdo ni desacuerdo con la eficacia y rapidez de la atención del hospedaje y el 100% están totalmente de acuerdo sobre la gestión de calidad. Por lo tanto, se concluye que la propuesta de mejora se enfocara en mejorar la capacidad de respuesta de los clientes con la finalidad de brindar una atención eficaz y rápida.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

a) Antecedentes Internacionales

Muñoz (2017). Según su investigación titulada: *Análisis de la Calidad del Servicio del Hotel Perla Verde de la Ciudad de Esmeraldas*. Para optar el Título de Magíster en Administración de Empresas. Universidad Católica del Ecuador. En esta investigación tuvo como Objetivo General: Analizar la calidad del servicio que ofrece el personal del Hotel Perla Verde - Esmeraldas. Se utilizó una metodología de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental transversal. Los resultados obtenidos el 53% que no cumplen a cabalidad los colaboradores del Hotel Perla Verde, los procedimientos previstos para ejecutar el servicio con calidad, por cuanto no existe un control riguroso por parte de los directivos. Llego a la conclusión que el factor relevante que ha implicado en la entrega de un servicio de alta calidad se ha ocasionado por el escaso nivel de compromiso; además, existe una limitada acción de los colaboradores con responsabilidad para cumplir con los tiempos estimados. Se puede decir que el servicio de calidad es de suma importancia para que la empresa logre sus objetivos.

Miño (2017) Según su investigación titulada: *Determinar los factores del servicio al cliente que influyen en la satisfacción del cliente, su evaluación en el Hotel Sheraton de Guayaquil*. Para optar el Título de ingeniería comercial. Magíster en Administración de Empresas. Universidad de Guayaquil. Teniendo

como objetivo general: Identificar la relación y cuáles son los factores que más influyen en la satisfacción de los usuarios del hotel. La metodología de la investigación fue de tipo exploratoria – empírica, diseño no experimental. Los resultados obtenidos se evidenciaron que se acepta la hipótesis alternativa, rechazando la nula para los factores relevante del servicio al cliente. Llego a la conclusión que el servicio al cliente influye significativamente a la satisfacción al cliente. Los factores más relevantes del servicio al cliente son muy primordiales, para la atención al cliente.

Quiroa (2016). Según su investigación titulada: *Servicio al Cliente en Hoteles de la Ciudad de San Marcos*. Trabajo para optar el título de Licenciada en Administración. Universidad Rafael Landívar. En esta investigación, tuvo como Objetivo General: Analizar el servicio al cliente en empresas hoteleras de la Ciudad de San Marcos. Se utilizó una metodología de investigación de diseño descriptivo. Los resultados obtenidos el 40% considera que es excelente el servicio al cliente, el 48% sigue viendo el mismo sistema de atención, el 54% manifestó que se una de las razones que se hospede es por la ubicación que se encuentra y no por el servicio. Se concluyó con lo siguiente: El servicio que se ofrece al cliente en las empresas hoteleras de la ciudad de San Marcos desde la opinión de los cliente, dueños y trabajadores opinan que es de gran importancia establecer correctamente el servicio al cliente, porque la imagen, prestigio y posicionamiento de la empresa hotelera tiene que llegar a lograr la fidelización de los usuarios según el objetivo general que muestra la investigación.

El servicio al cliente tema muy amplio y novedoso y por lo tanto el grado de conocimiento es poco. A su vez es un tema del cual muchos empresarios han escuchado, pero al no estar bien informados o por falta de interés de este, no se ha ofrecido la atención respectiva es este tema según el objetivo específico número uno. Se determinó que varios de los clientes no se encuentran satisfechos por el servicio que les brindan las empresas hoteleras, por lo tanto, no son clientes frecuentes. Al terminar la investigación se estableció que las empresas hoteleras no cuentan con las técnicas de servicio al cliente. Ya que los colaboradores no reciben capacitaciones para mejorar el servicio en los hoteles de la ciudad de San Marcos. Se concluyó que en las empresas hoteleras no existe calidad en el servicio, ya que los clientes se quejan de que no hay comodidad en las habitaciones y no cuentan con medidas de seguridad. Se determinó que las empresas hoteleras de la ciudad de San Marcos no cuentan con una guía del servicio al cliente. Debido a diferentes circunstancias como lo son: el desconocimiento del tema, falta de interés y/o motivación en la aplicación de este. Por ello el servicio al cliente es un factor determinante en la imagen y prestigio de la empresa y con ello lograr la fidelización de los usuarios.

Ballestas y Toncel (2016). Según su investigación titulada: *Evaluación de la Calidad del Servicio al Cliente que prestan los Hoteles 5 estrellas de la Ciudad de Cartagena.* Para optar el título de Administrador en Finanzas y Negocios Internacionales. Universidad Tecnológica de Bolívar. En esta investigación, tuvo como Objetivo General: Realizar una investigación de mercado con el fin de medir

la efectividad de la calidad del servicio que se les está brindando a los clientes hospedados en los hoteles de 5 estrellas en Cartagena de Indias. Metodología de la investigación, se encuentra enmarcado en la investigación Descriptiva Analítica. Los resultados obtenidos indica Se llegó a la conclusión que el crecimiento global del sector de los servicios, la necesidad de dinamizar la economía y de diversificar las oportunidades de redistribución de recursos, la respuesta multicultural y ecologista a la globalización son algunos de los factores que han convertido al turismo, hoy por hoy, en una importante alternativa de desarrollo para los países y para las regiones.

Joubert (2015). Según su investigación titulada: *Los sistemas de gestión de calidad en el sector hotelero: perspectivas y desafíos para su implementación en hoteles de la Ciudad de Neuquén.* Para optar el grado de Maestro. Universidad Quilmes. En esta investigación, tuvo como Objetivo General: Indagar sobre la potencialidad y la factibilidad de aplicar SGC en los hoteles de la Ciudad de Neuquén y, a partir del análisis, sugerir propuestas que permitan a los gerentes y/o dueños involucrarse paulatinamente en el proceso de implementación de estos. La metodología de la investigación se basó en un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo. Los resultados obtenidos indica que la ciudad de Neuquén aún no se encuentra preparado para el sector turístico, los precios están sobre valorado de acuerdo al mercado, constantemente cambia a los personales Se concluyó que a medida que se fue realizando el análisis de la información, se fueron comprobando cada una de las hipótesis planteadas. Se puede confirmar que la investigación

contribuye a dar un panorama cierto de la situación hotelera de la ciudad de Neuquén, así como de las opiniones y percepciones de los gerentes y dueños acerca de la implementación de los SGC. En estos últimos años, la ciudad de Neuquén se ha posicionado como un gran centro de referencia empresarial, administrativo y comercial, que alberga una gran cantidad de servicios, infraestructura y equipamiento, propiciando el desarrollo de sedes de grandes empresas relacionadas, principalmente, con las actividades petrolera, gasífera, minera, hidroeléctrica y estatal. Asimismo, se ha fortalecido como una ciudad de paso para aquellos que se dirigen a los destinos turísticos de la provincia, quienes provee un servicio de “pernocte” con estadias de una noche, además de otros servicios necesarios propios de una gran ciudad. Se puede decir, que el sistema del SGC es un factor importante en una empresa para que tenga el control de los productos y servicio que se ofrece y reducir costos.

b) Antecedentes Nacionales

Nizama (2018). En su investigación titulada: *La Calidad Percibida del Servicio Hotelero y su Relación en la percepción del cliente, Miraflores, 2017.* Caso: *Hotel de 3 Estrellas León de Oro Suites, Área de Front Desk.* Para optar el Grado de Maestría Marketing Turístico – Hotelero. Universidad San Martín de Porres. Cuyo objetivo general: Analizar la relación existente entre calidad percibida y la percepción del cliente en el Hotel León de Oro Suites, Distrito de Miraflores, 2017. Asimismo, tuvo una metodología con un enfoque mixto porque

se realizó la combinación cualitativo y cuantitativo, descriptiva – no experimental. Los resultados obtenidos indican que se requiere medir el nivel de calidad del servicio, para brindar de forma más eficiente y eficaz del servicio. Llegando a la conclusión que con este plan se busca mejorar la calidad y la imagen del hotel para poder fidelizar a los clientes; teniendo presente el desarrollo de una mayor confiabilidad acorde al servicio ofrecido, en la evaluación de la empatía se considera el reforzamiento de esta por medio de las capacitaciones en el servicio hacia el cliente. Y si se habla del nivel de diligencia se trabajaría con estándares que contribuyan a la mejora del trabajo en equipo y la comunicación. Todo ello aportará al crecimiento de la calidad en la gestión y la percepción que el cliente busca a través del marketing.

Angulo (2018) En su investigación titulada: *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPE's del sector servicios, hoteles, Distrito de Iquitos, año 2018. Caso del Hotel Boulevard*. Para optar el título en administración. Cuyo objetivo general: determinar la gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPE's del sector servicios, hoteles, Distrito de Iquitos, año 2018 La metodología de esta investigación fue tipo cuantitativa y de nivel descriptiva, con diseño transversal y no experimental, Se aplicó la técnica de encuesta con la herramienta de cuestionario de 21 preguntas. Los resultados obtenidos indica el 91.7% tiene estandarizado los procesos claves de los hoteles, el 87.5% manifiesta que cuenta con la infraestructura adecuada. Llego a la conclusión que la MYPE's se enfoca en la calidad y servicio al cliente. Para ello, la capacitación constituye

una buena práctica en la gestión de calidad, que junto con la evaluación de desempeño del personal garantizan el buen servicio.

Cuenca (2019) En su investigación denominada: *Caracterización de la Gestión de Calidad y Satisfacción del cliente en las MYPE's del Sector Servicio Rubro Restaurante en el Cercado de Tumbes, 2018*. Para optar el título de licenciado en administración. Cuyo objetivo general: Determinar la caracterización de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en las MYPES, sector servicio rubro restaurantes en el cercado de Tumbes, 2018. La metodología de esta investigación fue de un enfoque cuantitativo, diseño no experimental - corte transversal. Con una población de 06 MYPE's, se aplicó un cuestionario de 23 preguntas cerradas. Los resultados obtenidos indican que el 26% considera al cliente como prioridad, el 4% considera que la cultura organizacional que ofrece la empresa busca comprender las necesidades del cliente. Se concluyó que los dueños de las MYPE's conocen el termino de gestión de calidad y lo aplican a su negocio para alcanzar sus objetivos. Por ello, el servicio que se brinda al cliente debe ser enfocado en cumplir las expectativas de los clientes.

Aguilar (2017) En su investigación titulada: *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro hoteles ecológicos, Ciudad de Pucallpa, año 2017*. Para optar el Título de Licenciatura en administración. Cuyo objetivo general: demostrar que la correcta aplicación la gestión bajo el enfoque de atención al cliente en el micro y pequeñas empresas,

rubro hoteles ecológicos, Ciudad de Pucallpa, año 2017. La investigación metodológica fue de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental de corte transversal. Con una población de 6 clientes, se aplicó un cuestionario de 20 preguntas. Los resultados obtenidos indican que 67% conocen poco sobre la gestión de calidad, el 67% obtuvo a sus clientes satisfechos. Llego a la conclusión que las MYPE's han disminuidos las actualizaciones de los conocimientos a los colaboradores, sin embargo hay buenos resultados con el servicio que se brinda. Se puede decir que la gestión de calidad es fundamental para cumplir con las expectativas de los clientes.

Villegas (2016) En su investigación titulada: *La gestión de calidad en la atención al cliente de las MYPE en el sector servicio – rubro hoteles Distrito de Chimbote Provincia del Santa 2017*. Caso del Hotel Boulevard. Para optar el Título de Licenciatura. Cuyo objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente de las MYPE en el sector de servicio rubro – hoteles Distrito de Chimbote Provincia del Santa 2017. La metodología de fue de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, diseño transversal. Con una población de 76 clientes, se aplicó un cuestionario de 28 preguntas. Los resultados obtenidos indica que el 86.8% tienen conocimiento sobre la gestión de calidad y se asemeja a la empresa Hotel Boulevard ya que conoce sobre el tema gestión de calidad. Llegamos a la conclusión que las MYPE's cuenta con conocimiento sobre la gestión de calidad y atención al cliente. Se puede decir que la gestión de calidad logra fidelizar a los clientes

cumpliendo con sus expectativas.

c) Antecedentes Locales

Barrera (2019) En su investigación titulada: *Propuesta de mejora de la motivación de personal como factor relevante para la gestión de calidad en el micro y pequeñas empresas del sector, servicio de hoteles del Casco Urbano de Huacho, Provincia de Huaura, 2018*. Para optar el Título de Licenciatura. Cuyo objetivo general: Proponer las mejoras de la motivación de personal como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector, servicios, rubro hoteles del caso Urbano de Huacho, Provincia de Huara, 2018. La metodología de fue de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal. Con una población de 23 hoteles, se aplicó un cuestionario de 26 preguntas. Los resultados indica que el 17.4% muy pocas veces la empresa otorga comisiones adicionales, el 8.7% nunca evalúa el desempeño de los trabajadores, el 4.3% nunca considera al ascenso como política de la empresa hacia sus trabajadores, 8.7% manifiesta que nunca ha contado con algún plan de capacitación, el 4.3% manifiesta que nunca las empresa considera a los tipos de capacitación como herramientas importantes en beneficio del personal, el 13.0% muy pocas veces las capacitaciones son importantes para un mejor desempeño laboral y personal. El 17.4% manifiestan que muy pocas veces la ubicación jerárquica permite el logro de los objetivos en la organización, el 34.8% manifiesta que muy pocas veces la empresa planifica actividades propias que le permitan lograr objetivos Llego a la conclusión que los factores de la motivación del personal va mejorar la gestión de calidad, para tal fin se deberá aplicar estrategias

motivadoras para el éxito de la empresa. Se puede decir los factores más relevantes de la motivación mejorara la gestión de calidad.

Morales (2019) En su investigación denominada: *La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las MYPE's del sector servicio – rubro restaurantes, de la Urbanización Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos, Lima 2018*. Para optar el título de licenciado en Administración. Lima – Perú. Cuyo objetivo general: determinar la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las MYPE's del sector servicio - rubro restaurante, de la urbanización Cedros de Villa Chorrillos, periodo 2018. La metodología fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental transversal - correlacionar. Con una población de 08 MYPE's, se aplicó una encuesta de 21 preguntas cerradas. Los resultados obtenidos indica que el 50% a veces implementa el proceso de gestión de calidad, el 50% corrige errores de atención y servicio al cliente, el 62.5% nunca capacita a sus trabajadores, el 62.5% fideliza a los clientes y el 62.5% casi siempre consideran el desempeño de sus trabajadores. Llego a la conclusión que los MYPE's formales serán inducidos a la aplicación de algunos procesos de gestión de calidad con la finalidad de mantener dentro del mercado competitivo y los informales desconocen sobre la gestión de calidad. Se puede decir que la gestión de calidad es una herramienta muy importante para captar clientes y fidelizarlos, así mismo mejora la calidad del producto siéndolo más rentable.

Trujillo (2019) En su investigación titulada: *La gestión de calidad y su influencia en los beneficios del micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes, de la av. Ancash, distrito de el agustino, lima, 2018.* Para optar el Título de Licenciatura en administración. Cuyo objetivo general: La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes, de la av. Ancash, distrito de El Agustino, Lima, 2018. La metodología de fue de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal. Con una población de 20 restaurante. Los resultados obtenidos indica que el un 60% de los Administradores de los restaurantes conocen la gestión de calidad y tratan de aplicarlo en sus negocios, el 40% restantes se basan en la experiencia que tienen como encargados de la administración y/o son dueños de los restaurantes donde tratan de planificar, organizar, dirigir y controlar los recursos de la empresa, esto de acuerdo a los años de experiencia en dicho negocio. Llego a la conclusión que la gestión de calidad se debe poner en escena en todo momento que estos realizan la preparación de los alimentos. Se puede decir, que la gestión de calidad es de mucha importancia para el éxito de todo negocio.

Ysla (2019) En su investigación titulada: *La gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPE's del sector servicio-rubro lavandería de ropa, Urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, período 2018.* Para optar el Título de Licenciatura en administración. Cuyo objetivo general: determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque

de atención al cliente en las MYPE's del sector servicio-rubro lavandería de ropa, Urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, período 2018. La metodología de fue de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal. Con una población de 15 hoteles, se aplicó un cuestionario de 27 preguntas. Los resultados obtenidos indican que el 80% considera bueno el nivel de la gestión de calidad, el 80% manifestaron que realizan capacitaciones de atención al cliente. Llego a la conclusión que las MYPE's brinda capacitaciones constantes sobre la atención al cliente con la finalidad de mantenerlos satisfechos y puedan adquirir sus productos. Se puede decir, que las capacitaciones ayudan adquirir nuevos conocimientos y estrategia respecto a la gestión de calidad y atención al cliente.

Valcazar (2018) En su investigación titulada: *Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro salones de belleza, de la Urbanización Villa del Norte, Distrito Los Olivos, Provincia de Lima, Departamento de Lima, año 2017*. Para optar el Título de Licenciatura en Administración. Cuyo objetivo general: determinar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro salones de belleza, de la Urbanización Villa del Norte, Distrito los Olivos, Provincia de Lima, Departamento de Lima, año 2017. La metodología de fue de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal. Con una población de 34 MYPE's. Los resultados obtenidos indica que el 66.67% define la gestión de calidad como dar servicios que satisfagan al cliente, el 80% indican que la atención personalizada es un elemento que está enfocada al cliente, el 53.33%

utiliza la capacitación para sus trabajadores. Llego a la conclusión que las MYPE's se enfocan en su gestión hacia los clientes, brindando servicios que satisfagan al cliente. Se puede decir que la capacitación es fundamental y en especial en temas de emprendimiento y atención al cliente.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.1. Servicio

Kotler, Bloom y Hayes (2004) Son actividades identificables, intangibles y pasajeras que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente (p. 09).

2.2.2. Teoría del Servicio

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

2.2.3. Características del Servicio

Intangibilidad

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

Heterogeneidad

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

Carácter perecedero

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

15).

2.2.4. Calidad del Servicio

Para Prieto (2014) menciona que la calidad de servicio “es el beneficio que posee una empresa para que el cliente se sienta satisfecho; ya que los productos o servicios que brinda la empresa va dirigido a sus necesidades de ellos” (p.129).

2.2.5. Estrategia para mejorar su servicio al cliente

Según Kotler y Armstrong (2012) menciona las siguientes estrategias:

- a) Responder rápidamente las solicitudes de información
- b) Responder rápidamente las quejas de sus clientes
- c) Responder las preguntas correctamente
- d) Cumplir lo que promete
- e) Solicite ayuda a sus clientes
- f) Nunca diga “NO” a sus clientes
- g) Entrega rápida (p. 34)

2.2.6. Los objetivos de la calidad de servicio

Según Abadí, M. (2004) Los objetivos que pueden surgir en relación a la calidad de servicio pueden ser:

- La satisfacción del cliente.
- Mejoramiento continuo del servicio.
- Eficiencia en la prestación del servicio. (p.24)

2.2.7. Ventajas de la calidad de servicio

Según Gosso (2008) la empresa se beneficia de diferentes maneras:

- A. **Elemento diferenciador;** una excelente calidad de servicio es difícil de imitar o reproducir.
- B. **Personalidad;** se refiere al contacto del personal con el cliente al momento de brindarle algún servicio, manteniendo estándares de calidad que lo diferencien de la competencia.
- C. **Mejores ingresos;** una empresa que brinda una excelente calidad de servicio obtendrá más clientes a su favor, y podrá ofrecer otros servicios a los mismos clientes obteniendo mayores ingresos.
- D. **Menor inversión publicitaria;** ello se basa en que son los mismos clientes quienes hacen publicidad de la empresa, puesto que la calidad de servicio percibida satisface sus necesidades, ello incurre a que recomienden a sus amistades.
- E. **Fidelidad;** Toda empresa que incurre en estándares de calidad y lo aplica constantemente logra que sus clientes queden satisfechos y ello genere su fidelización del cliente en la empresa. (p. 37).

2.2.8. Modelos Servperf

Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1992) citado por Jordán y Salcedo (2013). Establecieron una escala más concisa que se basó exclusivamente en la valoración de las percepciones, como una evaluación similar a la escala de SERVQUAL, la cual tiene en cuenta tanto las expectativas como las

percepciones. (p.420).

La ventaja del modelo es la mayor simplicidad en el cumplimiento por parte del encuestado, ya que la eliminación de las expectativas supone la reducción de los ítems que deben ser evaluados, causasen menor cansancio y mayor precisión en las repuestas. Esta escala utiliza las expectativas en la medición de la calidad percibida, sin definir concretamente el tipo y el nivel de expectativas a utilizar.

2.2.9. Dimensiones de la calidad de servicio

Cronin, J, y Taylor, S. A. (1992) nos indica que para determinar la calidad de servicio se necesita utilizar la escala de Servperf que está compuesta por cinco dimensiones. En cada dimensión hay varios aspectos que se mide con una escala de siete puntos desde muy de acuerdo a muy en desacuerdo, con un total de 22 preguntas. (p.28).

Según Seto (2004) nos indica las cinco dimensiones:

A. Elementos tangibles

Es la apariencia de las instalaciones físicas, equipo, el personal y los materiales de comunicación.

B. Fiabilidad

Es la capacidad del personal de realizar el servicio acordado de forma fiable y correcta, mostrando veracidad y creencia en la honestidad del servicio que provee; con una certeza de buena atención.

C. Capacidad de respuesta

Los consumidores cada vez somos más exigente por lo tal la disposición de atenderse lo más rápido y dar un buen servicio.

D. Seguridad

Es la condición en la que se desarrolla una actividad, las prevenciones que se han tenido en cuenta, para prevenir cualquier peligro y en caso de desastre naturales tener las señalizaciones para la evacuación.

E. Empatía

Es una habilidad propia el ser humano, nos permite entender a los demás, poniéndonos en su lugar para poder entender su forma de pensar, así como comprender y experimentar su punto de vista mejorando la relación interpersonal, (p.22).

2.2.10. Estrategias de la atención al cliente

Según Larrea (1991) estableció estrategias que permitirían garantizar la estancia segura a los consumidores y son:

- Estrategias enfocadas a la seguridad del cliente: Las estrategias empleadas a garantizar la estancia segura a los consumidores, comprometerse en cumplir los requerimientos legales para prevenir riesgos o accidentes dentro del área de trabajo. - Protocolo de atención: Estipular un normas y políticas de

atención y así garantizar al cliente una experiencia de compra deleitable y añadir un valor agregado.

- Estrategias enfocadas a medir la satisfacción del cliente: Se basa en entender al cliente y conocer cuáles son sus preferencias y adecuar sus necesidades con los productos que ofrece.

2.2.11. Clave para mejorar la atención al cliente

Para Larrea (1991) menciona unas claves para mejorar la atención al cliente:

- A. El cliente es lo primero.
- B. Escuchar de manera activa las necesidades de los clientes.
- C. Transmitir una imagen. Confianza. Diligencia y profesionalidad.

(p.62)

2.2.12. Importancia de la atención al cliente

Zelada (2016) Indica que la importancia de la atención al cliente “en la actualidad se ha vuelto una importante ventaja competitiva que permite dentro del mercado mantenerse y crecer, así como también la obtención de la rentabilidad” (p. 13).

2.2.13. Necesidades del cliente

Blanco (2001) Señala que los clientes manifiestas sus necesidades en el mercado en forma de demanda. Es fundamental que la organización deba conocer

sus orígenes y componentes para dar a los clientes una buena atención. El personal debe estar capacitado para poder atender las necesidades de los clientes y poderles ofrecer aquellos productos que satisfagan sus necesidades. (p.59)

2.2.14. Gestión de calidad

Según Juran (1992). “La gestión de calidad sería la dirección que planifica el futuro, implantando programas que controlen los resultados de la calidad.”
(p.5)

2.2.15. Teoría de la Gestión de Calidad

Teoría de William Edwards Deming

Deming (Como se citó por Nava, 2005) Nos habla que “la gestión de calidad implica una filosofía de gestión para satisfacción a los clientes a través de la orientación total de la empresa es el de la calidad es entregar a los clientes y a nuestros compañeros de trabajo productos y servicios sin defectos y hacerlos a tiempos. en este caso, considera dos tipos de clientes los internos y externos”.
(p.35)

Deming (Como se citó por Nava, 2005) propone un Círculo de mejora continua, que consiste en cuatro pasos esenciales para mejorar la calidad en la empresa:

Planear: Esto considera hacia donde se quiere llegar, un diagnóstico actual de la empresa, luego una posible solución y por último un plan de

trabajo a efectuar en la empresa.

Hacer: En esta etapa se aplicará el plan de trabajo establecido y se tendrá que controlar que todo el proceso siga su cauce según lo proyectado por la empresa.

Verificar: Se tiene que identificar los problemas que se van formando en el proceso, también evaluar los efectos y recoger los resultados.

Actuar: Ello implica que se van analizar los resultados, confirman los cambios y se inicia con el mejoramiento de la empresa. (p.36).

2.2.16. Características de la gestión de Calidad

Según Gonzales (2015) la gestión de calidad cuenta con cuatro características:

Planeamiento: Se plantea todo el proceso a seguir para conseguir los objetivos de calidad.

Control: Supervisión constante para detectar posibles fallas.

Aseguramiento: Se pone a prueba tanto el proceso como el producto obtenido para verificar el objetivo.

Mejoras: Se lleva a cabo tanto en el producto como en el proceso, bien sea por fallas localizadas o mejoras continuas, pero con el fin único de lograr mejores resultados. (p.8). revise

2.2.17. Importancia de la gestión de Calidad

La Norma ISO 9001, destaca la importancia de la gestión de calidad como:

La gestión de calidad nos ayuda a reducir la improvisación: Des una herramienta que nos permite llevar todos los procesos de la empresa. De tal manera que podamos dar solución a la brevedad posible en funcionamiento normales, óptimas o adversas. (Hoyle. 2000, p.7)

La Gestión de calidad brinda una oportunidad clave: Nos ayuda a planificar y también a establecer los mecanismos para el seguimiento, control y mejora de la calidad de cada proceso. (Hoyle. 2000, p.7)

A través de la aplicación eficaz del sistema: Nos permite alcanzar una estabilidad en el desempeño de los procesos, lograr productos con ceros defectos desde el inicio, reduciendo los costos, obteniendo una alta productividad y un importante ahorro de costos para la empresa. (Hoyle. 2000, p.7)

2.2.18. Principio de la gestión de Calidad

Del mismo modo la gestión de calidad se refiere a aplicar herramientas para mejorar la calidad en los procesos, productos, servicios, etc., para ello la Norma ISO de calidad, especifica los requisitos para los sistemas de gestión de la calidad aplicables a toda organización que necesite demostrar su capacidad para proporcionar productos que cumplan los requisitos de sus clientes y los reglamentarios que le sean de aplicación, del mismo modo se mencionan los principios para su aplicación, tal como o menciona la Norma ISO 9001, (2015)

- Enfoque del sistema para la Gestión.
- Enfoque al cliente.
- Liderazgo empresarial
- Enfoque basado en procesos.
- Participación del personal.
- Mejora continua.
- Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones.
- Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor. (Hoyle. 2000, p.6)

2.2.19. Fundamentos de la Gestión de calidad

Para Udaondo (2014) da a conocer las razones principales de la gestión de calidad y son las siguientes:

- A. Su objetivo es el mismo de las empresas, ser competitivos y mejorar
- B. continuamente.
- C. Pretende apoyar a cubrir los requerimientos del consumidor.
- D. Los recursos humanos con su elemento más importante.
- E. Es necesario la labor de equipo para alcanzarlo.
- F. La intervención, la información y la comunicación de todos los niveles son los elementos imprescindibles.
- G. Procura reducir los valores a través de la evitación de anomalías.
- H. Conlleva establecer propósitos de Avance permanente y la
- I. ejecución de un monitoreo periódico de efectos.
- J. Es componente de la gestión de la empresa, de cuya política de ejecución representa un propósito táctico esencial. (p.6)

2.2.20. Objetivo de la gestión de calidad

Según López (2006) Indica, que el objetivo de la gestión de calidad es: “Lograr un proceso de mejora continua de la calidad por un mejor conocimiento y control de todo el sistema”, es decir que el producto recibido por los consumidores tiene que estar en correctas condiciones para su uso. (p.23)

2.2.21. Gestión de Calidad Total (GCT)

Según Cuatrecasas y González (2011) menciona que la gestión de calidad total es como una nueva revolución buscando las ventajas competitivas y la satisfacción de los clientes. Abarcando no solo productos, sino los procesos, la producción, los métodos de elaboración, la organización y primordialmente los recursos humanos. Englobando toda la empresa desde la alta dirección que tiene un papel importante en la motivación n del personal hasta la última área. La calidad se convierte en uno de los factores relevantes para la gestión de una organización. (p.60)

2.2.22. Técnicas de la Gestión de Calidad

Según Camisón, Cruz y Gonzales. (2006) indica que la gestión de calidad se debe utilizar técnicas y métodos como soporte para el análisis de cada área y mejora el rendimiento. Como mencionamos a continuación:

AMFE: Este instrumento identificar las variables significativas de un proceso o producto, con la finalidad de poder prevenir los posibles fallos y se evita que lleguen productos con defectos al cliente final defectuosos.

BSC: Se caracteriza por medir los factores financieros y no financieros del estado de resultados de la empresa.

Benchmarking: Es una herramienta que consiste en la comparación interna de dos organizaciones competitivamente, fundamentalmente para fabricar, diseñar, distribuir.

Brainstorming: También conocido como tormenta de ideas, es una técnica de trabajo que se utiliza para resolver problemas mediante la creatividad de los colaboradores, que surge mediante reuniones grupales.

Círculos de calidad: Esta técnica permite ubicar las falencias de la empresa mediante grupos reducidos de personas que se reúnen periódicamente con la finalidad de detectar los errores que hay dentro de la organización.

Diagrama de flujo: Es un instrumento gráfico muy eficaz para describir el funcionamiento como la estructura de los procesos empresariales, las fases y los componentes de la empresa y finalmente brindar una visión global de ella.

Diagrama de Ishikawa: Es una herramienta que ilustra gráficamente las relaciones entre un efecto (resultado) y sus causas (factores).

Diagrama de Pareto: Esta técnica es un gráfico sencillo que permite distinguir entre las causas de un problema las que son más importantes de las más triviales.

Histogramas: Esta técnica se emplea para la eficacia de la medida de mejora implantada o para verificar el grado de cumplimiento de las especificaciones en los resultados (Camisón, Cruz y Gonzales., 2006, p.1230)

2.2.23. Teoría de la MYPES

En el Perú las MYPES enfrentan dificultades para convertirse en unidades productivas y competitivas. El problema mayor de las MYPES es su dificultad de acceder al mercado. Para enfrentar esta limitación se han desarrollado diversos mecanismos como información sobre mercados, la oferta a través de consorcios, ruedas de negocios que contribuyen al encuentro entre oferta y demanda, o venta de servicios a través de subcontratación. Las dificultades que se observan se centran en acceso al mercado, rentabilidad; financiamiento; tecnológica; innovación y transferencia; capacitación y asesoría

2.2.24. Características de la ley MYPE 30056

De acuerdo, con la última modificación la Ley 30056 (2003) en el artículo n° 5, nos dice que las características de la MYPE, deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales.

Microempresa:

Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 (UIT).

Pequeña empresa:

Ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 (UIT).

Mediana empresa:

Ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

2.2.25. Importancia de las micro y pequeñas empresas

Las MYPES son importantes para mejorar la calidad de vida de la población, de acuerdo con Ministerio de Trabajo (2013) en la actualidad las micro y pequeñas empresas representan un sector de vital importancia dentro de la estructura productiva del Perú, de forma que las microempresas representan el 95,9% del total de establecimientos nacionales, porcentaje éste que se incrementa hasta el 97,9% si se añaden las pequeñas empresas, así también podemos decir que su importancia se basa en que:

Son la principal fuente de desarrollo del sector privado. Mejoran la distribución del ingreso.

Proporcionan abundantes puestos de trabajo.

Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población.

2.3. Marco Conceptual

Atención al cliente

Blanco (citado en Pérez, 2007) Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y, por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes (p.6)

Calidad

Alcalde (2007) la calidad es satisfacer las necesidades de los clientes e incluso superar las expectativas que estos tienen puestas sobre el producto o servicio, de esta manera un cliente gratamente satisfecho volverá a consumir nuestro producto e incluso recomendárselo a otros posibles clientes (p.6).

Calidad percibida:

Según Molino, Moreno y Moreno (2009) es cuando es el propio cliente quien tiene una opinión directa sobre el servicio, basado únicamente en la interacción del servicio, tratando de ignorar el resto de interacciones y mecanismos que los clientes tienen para formar una opinión sobre nosotros (como calidad del producto). (p.36).

Calidad de servicio

Drucker (1990) “La calidad no es lo que se pone dentro de un servicio, es lo que el cliente obtiene de él y por lo que está dispuesto a pagar” (p.38).

Capacidad de respuesta

Daza (2013) afirma que: “La capacidad de respuesta es que el personal o trabajador sea comunicativo, personal rápido, personal colaborador o un buen personal informado.” (p.23)

Cliente.

Según Kotler y Keller (2012) definen que el cliente es el único capaz de generar valor en una empresa, el éxito de una empresa depende en captar, mantener y aumentar su número de clientes, los clientes son la razón para la constitución de la empresa, contratación de empleados y la realización de diversas actividades empresariales (p. 123).

Elementos tangibles

Daza (2013) afirma que: son el equipamiento de aspecto moderno, instalaciones agradables, apariencia personal y elementos tangibles atractivos.

Empatía

La empatía definida por la Real Academia Española como la capacidad de ponerse en el lugar de la otra persona, identificarse con ella y compartir sus sentimientos (RAE, 2018).

Fiabilidad

Daza (2013) La fiabilidad es el cumplimiento en las promesas, interés en la resolución de problemas realización del servicio a la primera conclusión en el plazo prometido y ausencia de errores.” (p.21)

Gestión de Calidad

Para Chicana (2017) Nos indica que la gestión de calidad es una de las herramientas que permiten a las empresas a planear, ejecutar y controlar las actividades de la empresa con el objetivo de contribuir al cumplimiento integral de las metas de las e3organizaciones. (p.36).

Híper satisfacción del cliente

Para Gosso (2008) indica que un estudio en donde las empresas deben analizar los diferentes niveles de satisfacción de sus clientes y encontrar las respectivas acciones a considerar para mantener satisfecho, y así conseguir o lograr su fidelización en la empresa, a parte que nos podrían recomendar con sus amistades. (p.32)

Hoteles

Martínez (2013). Es un establecimiento dedicado al alojamiento de huéspedes o viajeros. Planificado y acondicionado para otorgar servicio a las personas temporalmente que permite a los visitantes sus desplazamientos en los lugares a los cuales va de forma temporal. (p. 6).

Satisfacción.

Kotler, P. y Keller, K. (2006). “La satisfacción es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas” (p.23)

Seguridad

Daza (2013) afirma que: “La seguridad es el personal que transmite confianza, clientes seguros con su proveedor, personal amable y personal bien formado” (p.25)

Servicio

Según Fontalvo y Vergara (2010) lo califica “como una interacción del cliente con la empresa, a través del servicio que brinda, obteniendo transacciones la empresa por el servicio brindado, mientras el cliente adquiere conocimientos o información del servicio que se le ha entregado” (p.23).

III. HIPÓTESIS

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) refiere: “No todas las investigaciones plantean hipótesis más aún que la investigación será de tipo Descriptivo, por lo tanto, no las requieren, es suficiente solo plantear algunas preguntas de investigación ya que depende de los factores esenciales el enfoque del estudio y el alcance inicial del mismo” (p. 107)

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

En esta investigación fue no experimental – transversal, descriptivo y cuantitativo

No experimental: Porque no se va manipular ninguna de sus variables.

Según Bernal (2010) Se realizará sin operar premeditadamente las variables, es decir, se observará el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto.

(p.43).

Es Transversal: Porque se da en un tiempo determinado. Se realizó en el periodo de julio a octubre del presente año.

Para Hernández, Fernández y Baptista (2010) Indica que el estudio se realizará en un determinado espacio de tiempo. (p.151).

En esta investigación fue de tipo cuantitativo.

Cuantitativo: Porque se realizó la investigación con estudios estadísticos.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) Tendrá un enfoque cuantitativo es secuencial y probatorio, utilizara la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías (p.37).

En esta investigación tuvo un nivel descriptivo.

Descriptivo: Porque se pretende comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos

del problema planteado.

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) Indica que será descriptivo porque busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. (p.126).

4.2. Población y muestra

4.2.1. Población

En base al estudio cuantitativo, la población estuvo conformada por 63 MYPE de acuerdo a la información brindada por la Municipalidad del Distrito de San Vicente, de lo cual se tomará a 1 MYPE, del rubro hospedaje, Caso: “El Paraíso”, en el año 2020.

Hernández, Fernández & Baptista (2014) los autores afirman que la población es: “un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p. 174).

4.2.2. Muestra

Para Palomino, J. (2015) Indica que la muestra “es un sub conjunto representativo de una población” (p 140).

En la presente investigación, la muestra fue determinada por dos métodos:

Muestreo no probabilístico:

Según Hernández, Fernández & Baptista (2014) El muestreo no probabilístico

es una técnica de muestreo donde las muestras se recogen en un proceso que no brinda a todos los individuos de la población iguales oportunidades de ser seleccionados. (p.23).

Está compuesta por el estudio de caso de un micro empresa y se aplicó a 8 colaboradores, de la MYPE, rubro hospedaje, Caso: “El Paraíso”, en el año 2020.

Criterios de Inclusión: Personal directivo y administrativo.

Para ello se tomó a todos los colaboradores que laboran en la MYPE, rubro hospedaje, Caso: “El Paraíso”. Porque la variable de gestión de calidad es para aplicar a los colaboradores que están a cargo dentro de la organización.

Criterios de exclusión: Clientes

Porque no se va aplicar la encuesta a los clientes, ellos no conocen de estos aspectos.

Muestreo probabilístico:

Según Argibay (2009) El muestreo probabilístico es una técnica de muestreo donde se determina el número de clientes, para poblaciones finitas. (p.23).

Está compuesta por el estudio de caso de una micro empresa y se aplicó a 260 clientes del hospedaje “El Paraíso”, en el año 2020.

Dónde:

N: Tamaño de muestra

Z: Nivel de confianza (Considerado para 95% de confianza = 1.96)

P: Probabilidad 0.5%

Q: No probabilidad (donde Q=1-P), es decir: 0.5%

E: Error permitido = 0.05

En ese orden de ideas, la muestra de la variable del Servicio al cliente se determinó de la siguiente manera:

$$N = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E * (N-1) + Z^2 * P * Q}$$

$$N = \frac{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5) * 800}{(0.05) (800-1) + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$N = 260$$

4.3. Definición y operacionalización de variables

Tabla 1: Definición y operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN	INDICADORES	ESCALA
SERVICIO AL CLIENTE	Kotler, Bloom y Hayes (2004) Son actividades identificables, intangibles y pasajeras que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente (p. 09).	Se pretende determinar las características del servicio al cliente de la MYPE.	ELEMENTOS TANGIBLES	Seto (2004) Es la apariencia de las instalaciones físicas, equipo, el personal y los materiales de comunicación. (p.22).	Instalaciones	ESCALA LIKERT
					Características de los equipos	
					Aspecto del colaborar	
			EMPATÍA	Seto (2004) Es una habilidad propia el ser humano, nos permite entender a los demás, poniéndonos en su lugar para poder entender su forma de pensar, así como comprender y experimentar su punto de vista mejorando la relación interpersonal. (p.22).	Atención personalizada	
					Cortesía del Personal	
					Comprensión de las necesidades	
					Horario adecuado	
			CAPACIDAD DE RESPUESTA	Seto (2004) Los consumidores cada vez somos más exigente por lo tal la disposición de atenderse lo más rápido y dar un buen servicio. (p.22).	Información de los servicios	
					Rapidez en el servicio	
					Disposición de respuesta	
					Disposición de ayudar	
			GESTIÓN DE CALIDAD	Según Juran, J (1992). “La gestión de calidad sería la dirección que planifica el futuro, implantando programas que controlen los resultados de la calidad.” (p.5)	Se determinará las características de la gestión de la calidad de la MYPE a través del autor Gonzales.	
Objetivos						
Identificación de clientes						
MEJORA DE CALIDAD	Gonzales (2015) Se lleva a cabo tanto en el producto como en el proceso, bien sea por fallas localizadas o mejoras continuas, pero con el fin único de lograr mejores resultados. (p.8).	Motivación				
		Equipo de Trabajo				
		Tecnología				
CONTROL DE CALIDAD	Gonzales (2015) Supervisión constante para detectar posibles fallas. (p.8).	Estrategia				
		Capacitación				
		Evaluación				

Fuente: Elaboración propia

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En la investigación se utilizó técnicas e instrumentos que permitió recolectar información confiable y valida.

4.4.1. Técnicas

En la investigación se utilizó la técnica encuesta que se aplicó a los encuestados.

Hernández, Fernández & Baptista (2014) La encuesta “es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica”.
(p.246)

4.4.2. Instrumentos

La presente investigación está compuesta por 23 preguntas para la recolección de datos.

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) sostiene que: “el cuestionario es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios con el propósito de alcanzar los objetivos del proyecto de investigación” (p. 250).

4.5. Plan de análisis

Para la presente investigación se realizó la recolección de datos haciendo uso del análisis descriptivo en la propuesta de mejora en el servicio al cliente para la gestión de calidad, tomando como población a la MYPE “El Paraíso” y se aplicó

un cuestionario con preguntas cerradas. En la tabulación de los datos se utilizó el soporte al SPSS V25. Luego se procedió a evaluar los resultados, y proceder con la conclusión.

4.6. Matriz de consistencia

Tabla 2: Matriz de consistencia

ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	HIPÓTESIS	METODOLOGIA	POBLACIÓN Y MUESTRA	TECNICAS E INSTRUMENTOS
¿Cuál es la propuesta de mejora en el servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del Rubro Hospedaje, Caso: “EL PARAISO”, San Vicente - Cañete, 2020??	Objetivos General	<u>Variable Independiente</u> Servicio al cliente	Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) refiere: “No todas las investigaciones plantean hipótesis más aún que la investigación será de tipo Descriptivo, por lo tanto, no las requieren, es suficiente solo plantear algunas preguntas de investigación ya que depende de los factores esenciales el enfoque del estudio y el alcance inicial del mismo” (p. 107)	Diseño de la investigación No experimental Corte Transversal Nivel de la investigación Descriptivo Tipo de la investigación Cuantitativo	Población La población estuvo conformada por 63 MYPE de acuerdo a la información brindada por la Municipalidad del Distrito de San Vicente, de lo cual se tomará a 1 MYPE, del rubro hospedaje, Caso: “El Paraíso”, en el año 2020 Muestra Muestra N° 1: Estuvo conformada por 8 colaboradores de la MYPE: “EL PARAISO”, en el año 2020. Muestra N° 2: La muestra estuvo compuesta por 260 clientes del hospedaje “EL PARAISO”, en el año 2020	Técnica Encuesta Instrumento Cuestionario
	Objetivo Específicos					
	Determinar las características del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del Rubro Hospedaje, Caso: “EL PARAISO”, San Vicente - Cañete, 2020.	<u>Variable dependiente</u>				
	Identificar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del Rubro Hospedaje, Caso: “EL PARAISO”, San Vicente - Cañete, 2020.	Gestión de Calidad				
Determinar la propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del Rubro Hospedaje, Caso: “EL PARAISO”, San Vicente - Cañete, 2020.						

Fuente: Elaboración propia

4.7. Principios éticos

La presente investigación fue elaborada de acuerdo a los principios éticos de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote versión 002. Por tanto, para la investigación se utilizarán los siguientes principios éticos.

Protección a las personas. – La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesita cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio. En esta investigación se aplicó el principio ético con el fin de proteger los derechos de los participantes. A su vez se le brindó el conocimiento necesario al encuestado del consentimiento informado de tal manera que se cuente con la aprobación siempre y cuando sean mayores de edad.

Beneficencia y no maleficencia. – Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En la presente investigación se asegurará el bienestar de los participantes. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios en los encuestados.

Justicia. – El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las Precauciones necesaria para asegurar que sus sesgos y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. En esta investigación se respetó las opiniones de los participantes, tratando de evitar daños ni perjuicios, así mismo tendrá el conocimiento de los resultados obtenido mediante la publicación que se dará en el repositorio.

Integridad científica. - La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad

científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. En esta investigación se aplicó de acuerdo a las normas deontológicas profesional, con el fin de que el investigador lleve a cabo en la investigación. Por ello, los encuestados tendrá la decisión de elegir si desea que se su identidad sea de forma anónima o revelada.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad: Las investigaciones que involucran el medio ambiente, plantas y animales, deben tomar medidas para evitar daños. La investigación no involucrará al medio ambiente por lo consiguiente no se producirá daños, ya que se aplicará el estudio en un hospedaje, en el distrito de San Vicente de cañete.

Libre participación y derecho a estar informado: Las personas que desarrollan actividades de investigación tienen el derecho a estar bien informados sobre los propósitos y finalidades de la investigación que desarrollan. Por ello, la investigación se llevará a cabo por voluntades propias de los participantes y también se le brindará un conocimiento previo con fines del proyecto de investigación.

IV. RESULTADOS

5.1 Resultados

Variable: Servicio al cliente

Tabla 3:

Instalaciones

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0%
De acuerdo	136	52%
Totalmente de acuerdo	124	48%
Total	260	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020.

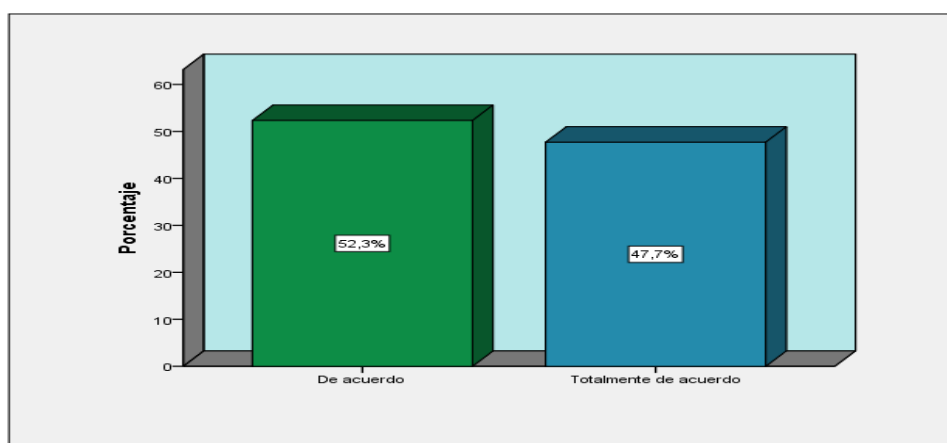


Figura 1 Instalaciones

Fuente tabla 3

Interpretación:

Como se observa en la tabla 3 y figura 1, con un total de 260 clientes de la MYPE, hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020, el 52% (136) clientes manifestaron que están de acuerdo con la apariencia de las instalaciones y 48% (124) clientes totalmente de acuerdo

Tabla 4:

Comodidad en las instalaciones

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0%
De acuerdo	168	65%
Totalmente de acuerdo	92	35%
Total	260	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020.

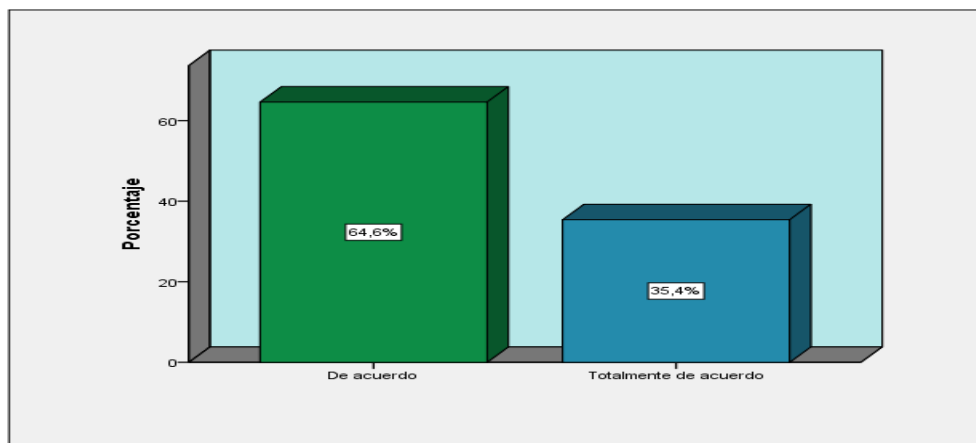


Figura 2 Comodidad en las instalaciones

Fuente tabla 4

Interpretación:

Como se observa en la tabla 4 y figura 2, con un total de 260 clientes de la MYPE, hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020, el 65% (168) clientes manifestaron que están de acuerdo con las instalaciones del hospedaje por su comodidad y tiene los espacios adecuados y el 35% (94) clientes totalmente de acuerdo.

Tabla 5:

Instalaciones Modernas

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0%
De acuerdo	127	49%
Totalmente de acuerdo	133	51%
Total	260	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020.

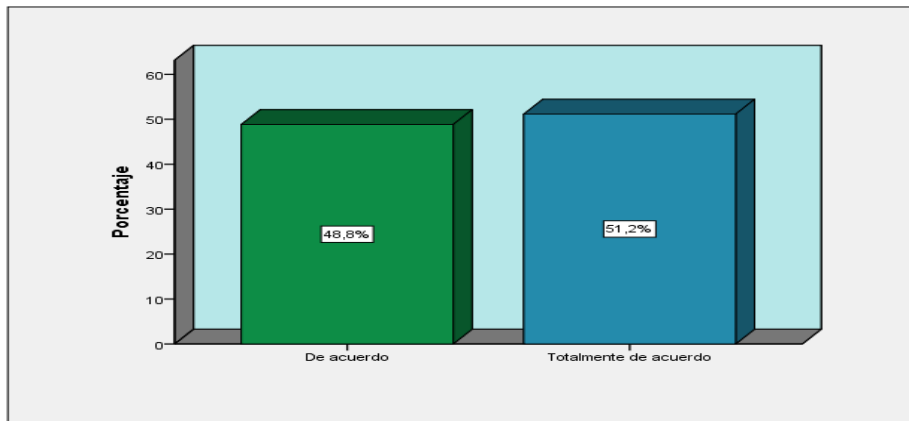


Figura 3: Instalaciones modernas

Fuente tabla 5

Interpretación:

Como se observa en la tabla 5 y figura 3, con un total de 260 clientes de la MYPE, hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020, el 51% (133) clientes totalmente de acuerdo con las instalaciones modernas que cuenta el hotel y el 49% (127) clientes manifestó que están de acuerdo.

Tabla 6:

Uniforme

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0%
De acuerdo	125	48 %
Totalmente de acuerdo	135	52%
Total	260	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020.

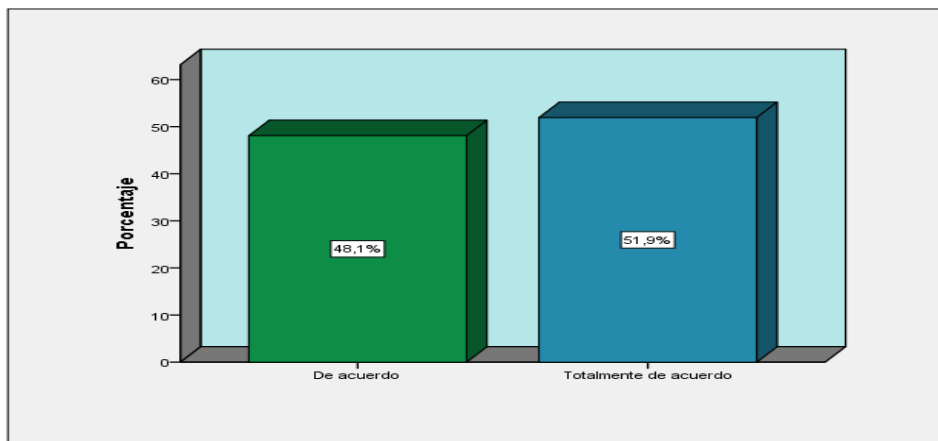


Figura 4: Uniforme

Fuente tabla 6

Interpretación:

Como se observa en la tabla 6 y figura 4, con un total de 260 clientes de la MYPE, hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020, el 52% (135) clientes manifestaron que están totalmente de acuerdo que el personal este correctamente uniformado de acuerdo a sus funciones y el 48% (125) clientes manifestó que están de acuerdo

Tabla 7:

Atención personalizada

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0%
De acuerdo	88	34%
Totalmente de acuerdo	172	66%
Total	260	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020.

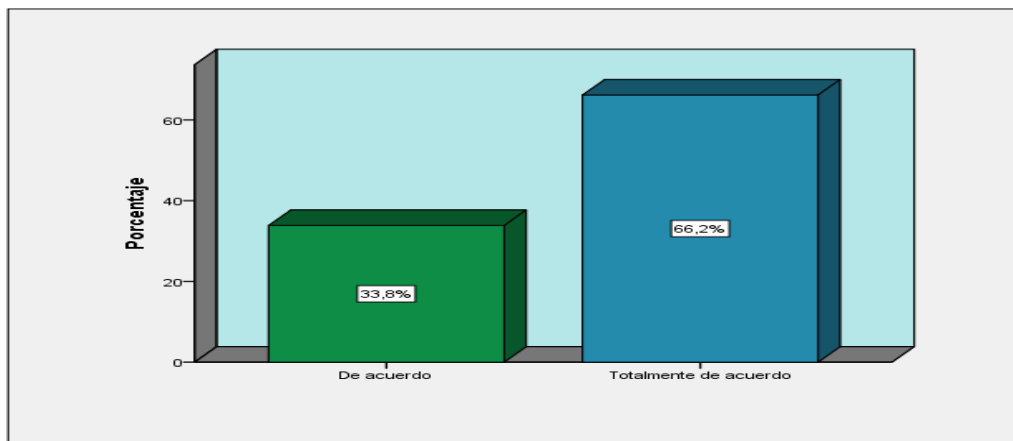


Figura 5: Atención personalizada

Fuente tabla 7

Interpretación:

Como se observa en la tabla 7 y figura 5, con un total de 260 clientes de la MYPE, hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020, el 66% (172) clientes están totalmente de acuerdo con la atención personalizada que brinda el hospedaje y el 34% (88) clientes manifestó que están de acuerdo.

Tabla 8:

Cortesía

<u>Escal</u> <u>a</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Totalmente de desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0%
De acuerdo	20	8%
Totalmente de acuerdo	240	92%
Total	260	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020.

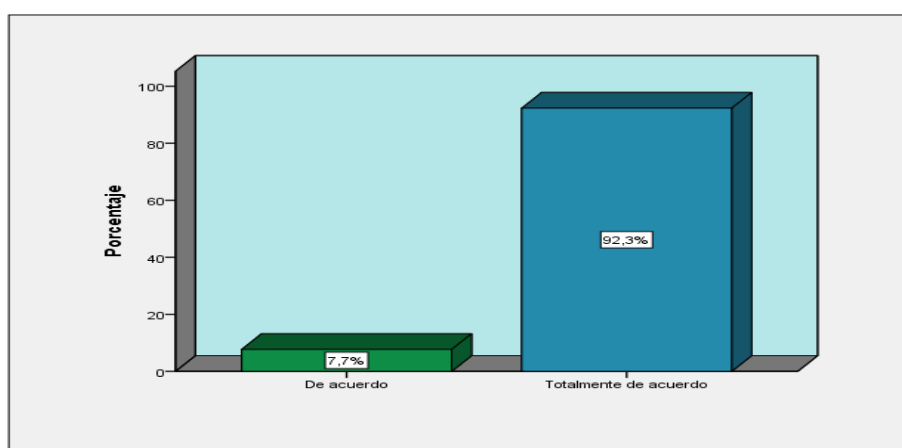


Figura 6: Cortesía

Fuente tabla 8

Interpretación:

Como se observa en la tabla 8 y figura 6, con un total de 260 clientes de la MYPE, hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020, el 92,3% (240) clientes totalmente de acuerdo con los colaboradores que demuestran cortesía y amabilidad en la atención y el 7,7% (20) clientes manifestó que están de acuerdo.

Tabla 9:

Disposición de ayuda

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0%
De acuerdo	148	57%
Totalmente de acuerdo	112	43%
Total	260	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020.

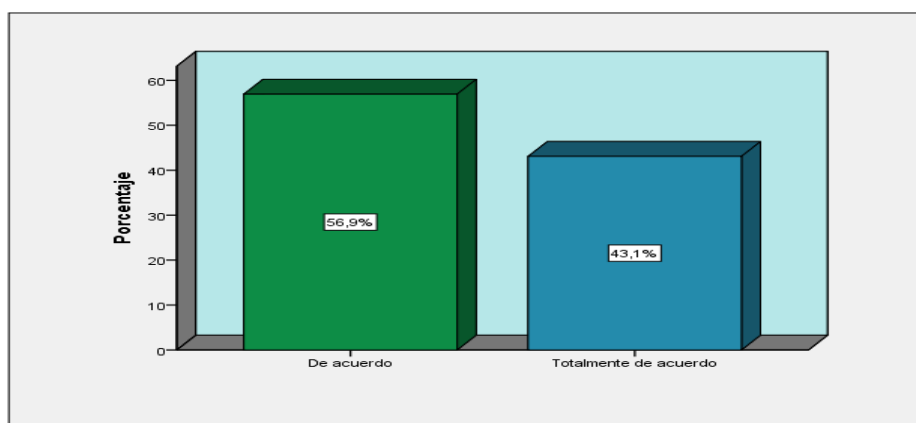


Figura 7: Disposición de ayuda

Fuente tabla 9

Interpretación:

Como observamos en la tabla 9 y figura 7, con un total de 260 clientes de la MYPE, hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020, el 57% (148) clientes que están de acuerdo que los colaboradores siempre muestren disposición de ayuda y el 43% (112) clientes están totalmente de acuerdo.

Tabla 10:

Escucha sus necesidades

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	2	1%
De acuerdo	154	59%
Totalmente de acuerdo	104	40%
Total	260	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020.

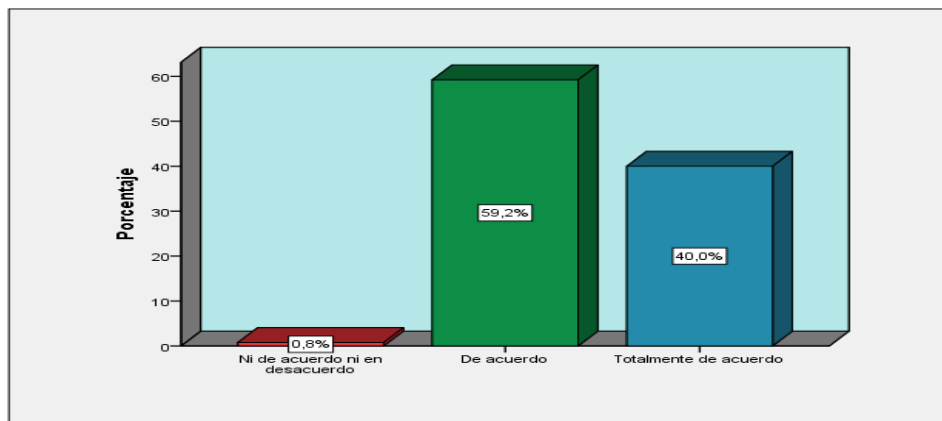


Figura 8: Escucha sus necesidades

Fuente tabla 10

Interpretación:

Como se observa en la tabla 10 y figura 8, con un total de 260 clientes de la MYPE, hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020, el 59% (154) clientes están de acuerdo con el trato que brinda los colaboradores y sabe escuchar sus necesidades, el 41% (104) clientes están totalmente de acuerdo y el 1% (2) clientes están ni de acuerdo ni en desacuerdo

Tabla 11:

Horario de atención

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0%
De acuerdo	118	45%
Totalmente de acuerdo	142	55%
Total	260	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020.

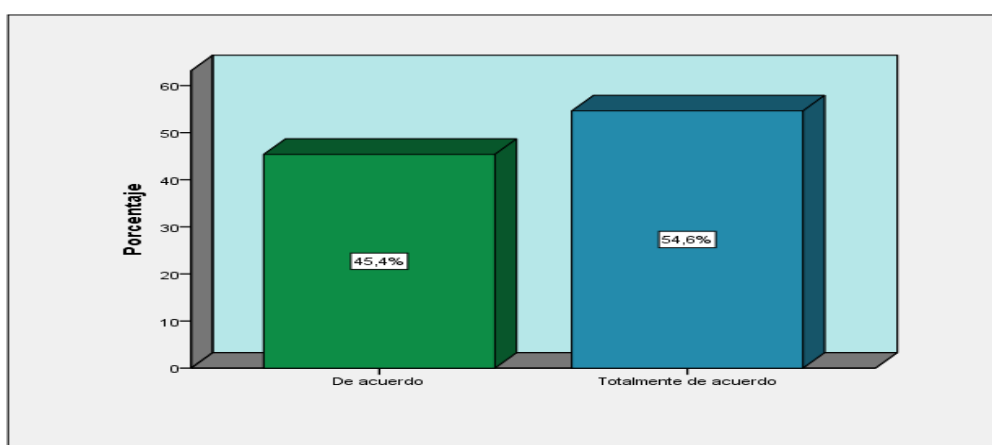


Figura 9: Horario de atención

Fuente tabla 11

Interpretación:

Como se observa en la tabla 11 y figura 9, con un total de 260 clientes de la MYPE, hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020, el 55% (142) clientes están totalmente de acuerdo con el horario de atención que brinda el hospedaje y el 45% (118) clientes manifestaron que están de acuerdo.

Tabla 12:

Tiempo de espera

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0%
De acuerdo	125	48%
Totalmente de acuerdo	135	52%
Total	260	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020.

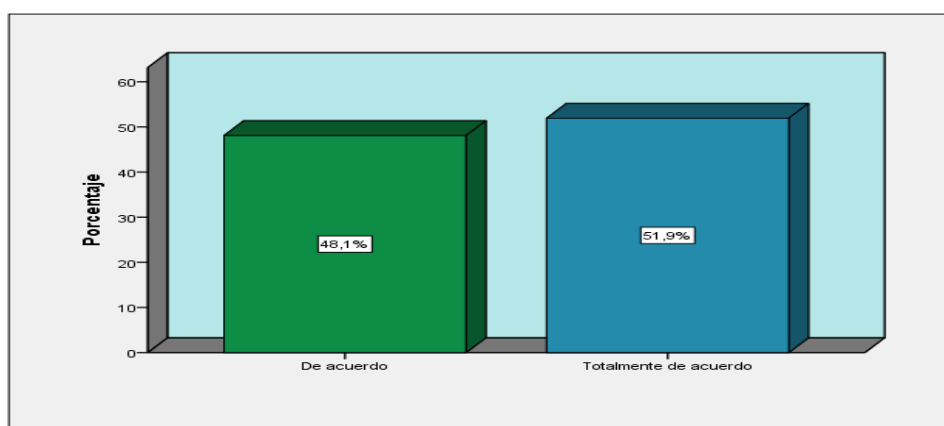


Figura 10: Tiempo de espera

Fuente tabla 12

Interpretación:

Como se observa en la tabla 12 y figura 10, con un total de 260 clientes de la MYPE, hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020, el 52% (135) clientes están totalmente de acuerdo que los colaboradores del hospedaje informe con sinceridad y exactitud el tiempo en que se llevara a cabo los servicios. y el 48,1% (125) clientes manifestó que están de acuerdo

Tabla 13:

Eficiente y rápido

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	87	33%
De acuerdo	167	64%
Totalmente de acuerdo	6	3%
Total	260	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020.

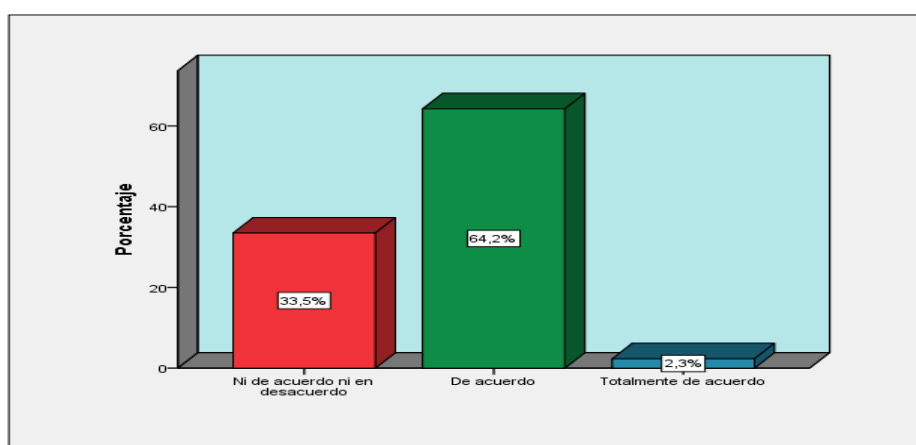


Figura 11: Eficiente y rápido

Fuente tabla 13

Interpretación:

Como se observa en la tabla 13 y figura 11, con un total de 260 clientes de la MYPE, hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020, el 64% (167) clientes están de acuerdo que los colaboradores brinden un servicio eficiente y rápido, el 33% (87) clientes manifestó que están ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 3% (6) clientes totalmente de acuerdo

Tabla 14:
Disposición de ayuda

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	26	10%
De acuerdo	226	87%
Totalmente de acuerdo	8	3%
Total	260	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020.

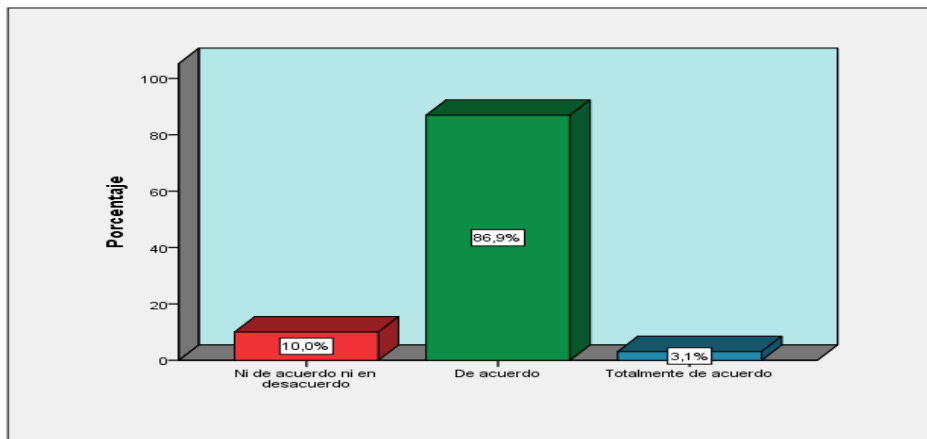


Figura 12: Disposición de ayuda

Fuente tabla 14

Interpretación:

Como se observa en la tabla 14 y figura 12, con un total de 260 clientes de la MYPE, hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020, el 87% (226) clientes están de acuerdo con la disposición de ayuda que brinda los colaboradores en la hora de responder sus preguntas, el 10,0% (26) clientes están que están ni de acuerdo ni en desacuerdo, y el 3,1% (8) clientes totalmente de acuerdo

Tabla 15:

Ayuda en todo momento

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	93	36%
De acuerdo	145	56%
Totalmente de acuerdo	22	8 %
Total	260	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020.

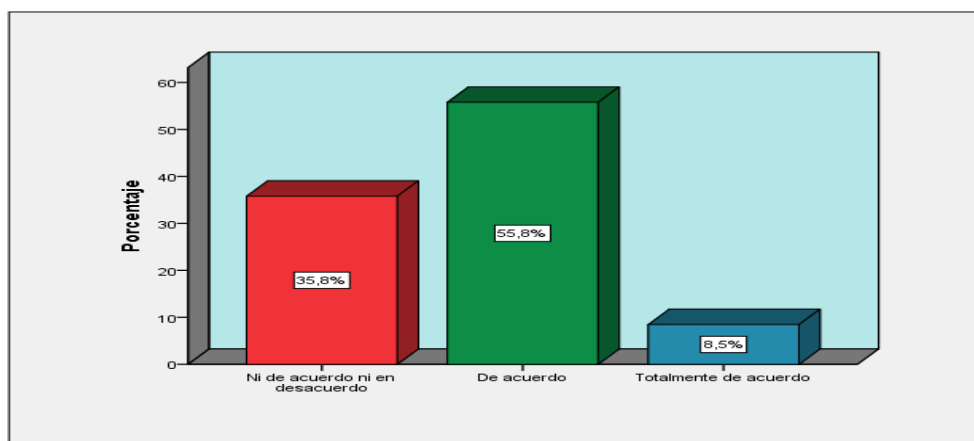


Figura 13: Ayuda en todo momento

Fuente tabla 15

Interpretación:

Como se observa en la tabla 15 y figura 13, con un total de 260 clientes de la MYPE, hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020, el 56% (145) clientes están de acuerdo con el colaborador del hospedaje se muestra dispuesto ayudarlo en todo momento, el 36% (93) clientes manifestó que están ni de acuerdo ni en desacuerdo, y el 8% (22) clientes totalmente de acuerdo

Variable: Gestión de Calidad

Tabla 16:

Necesidades de los clientes

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0%
De acuerdo	0	0%
Totalmente de acuerdo	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores del hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020.

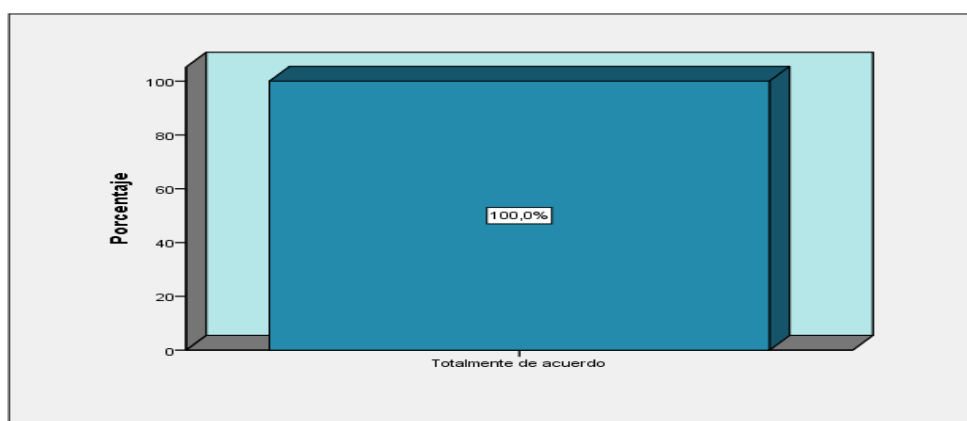


Figura 14 Necesidades de los clientes

Fuente tabla 16

Interpretación:

Como se observa en la tabla 16 y figura 14, con un total de 8 colaboradores de la MYPE, hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020, el 100,0% (8) colaboradores están que están totalmente de acuerdo con el hospedaje personaliza sus servicios de acuerdo a las necesidades de los clientes.

Tabla 17:

Sugerencias

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0%
De acuerdo	0	0%
Totalmente de acuerdo	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores del hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020.

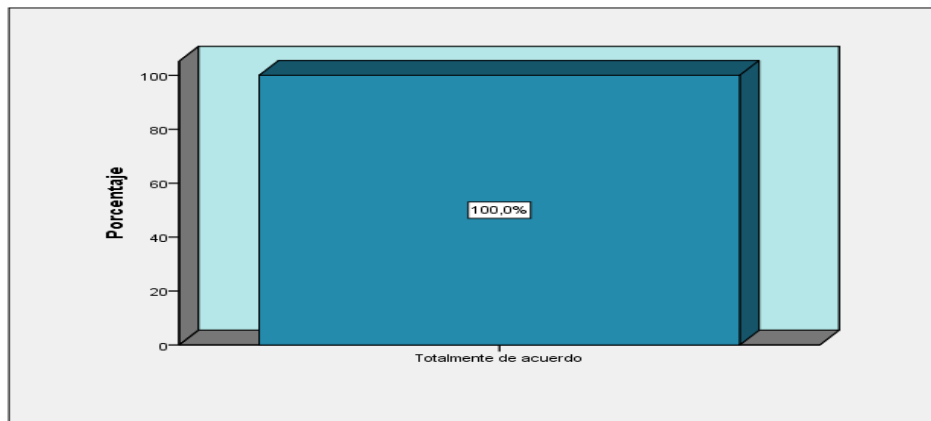


Figura 15: Sugerencias

Fuente tabla 17

Interpretación:

Como observamos en la tabla 17 y figura 15, con un total de 8 colaboradores de la MYPE, hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020, el 100,0% (8) colaboradores están que están totalmente de acuerdo con el hospedaje toma en cuenta las sugerencias brindadas por los clientes

Tabla 18:

Objetivo de calidad

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0%
De acuerdo	4	50%
Totalmente de acuerdo	4	50%
Total	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores del hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020.

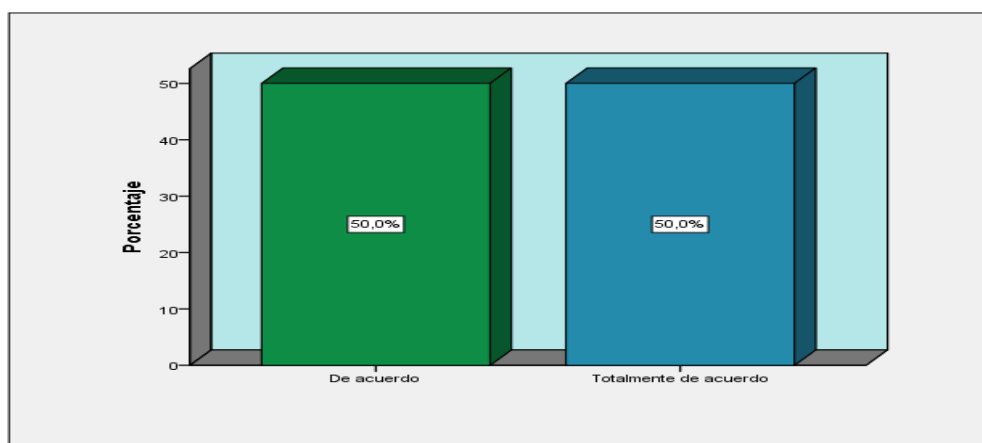


Figura 16: Objetivo de calidad

Fuente tabla 18

Interpretación:

Como se observa en la tabla 18 y figura 16, con un total de 8 colaboradores de la MYPE, hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020, el 50% (4) colaboradores están de acuerdo con el objetivo de calidad que tiene el hospedaje y el 50% (4) totalmente de acuerdo

Tabla 19:

Mercado objetivo definido

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0%
De acuerdo	2	25%
Totalmente de acuerdo	6	75%
Total	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores del hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020.

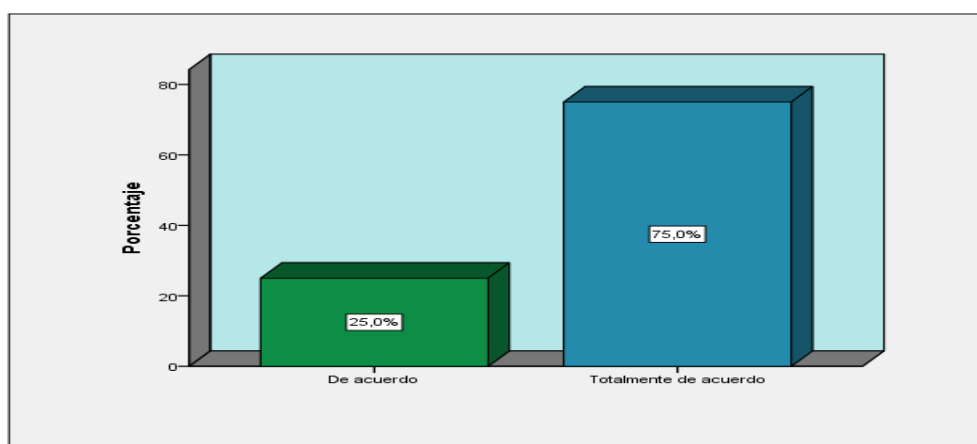


Figura 17: Mercado objetivo definido

Fuente tabla 19

Interpretación:

Como se observa en la tabla 19 y figura 17, con un total de 8 colaboradores de la MYPE, hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020, el 75% (6) colaboradores están totalmente de acuerdo con el segmento de mercado objetivo definido y el 25% (2) colaboradores manifestó que están de acuerdo

Tabla 20:

Motivación

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0%
De acuerdo	2	25%
Totalmente de acuerdo	6	75%
Total	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores del hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020.

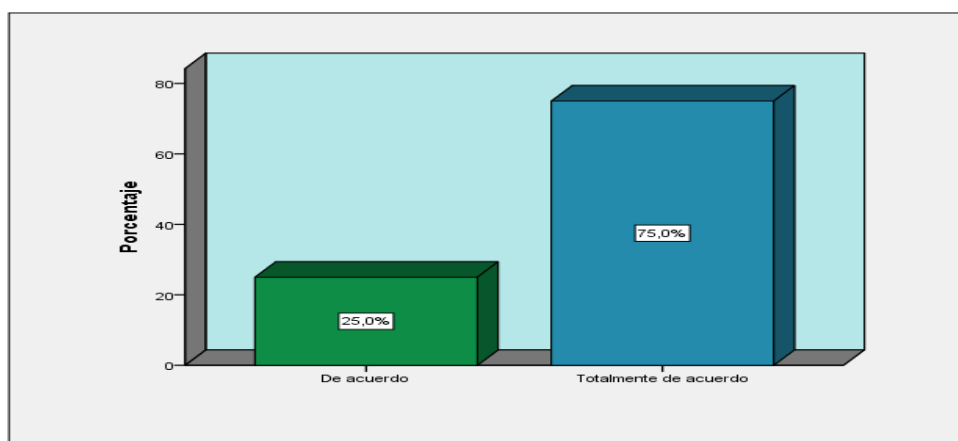


Figura 18: Motivación

Fuente tabla 20

Interpretación:

Como se observa en la tabla 20 y figura 18, con un total de 8 colaboradores de la MYPE, hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020, el 75% (6) totalmente de acuerdo con que el hospedaje motiva a los colaboradores para mejorar la calidad del servicio y el 25,0% (2) colaboradores manifestó que están de acuerdo

Tabla 21:

Trabajo conjuntamente

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0%
De acuerdo	2	25%
Totalmente de acuerdo	6	75%
Total	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores del hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020.

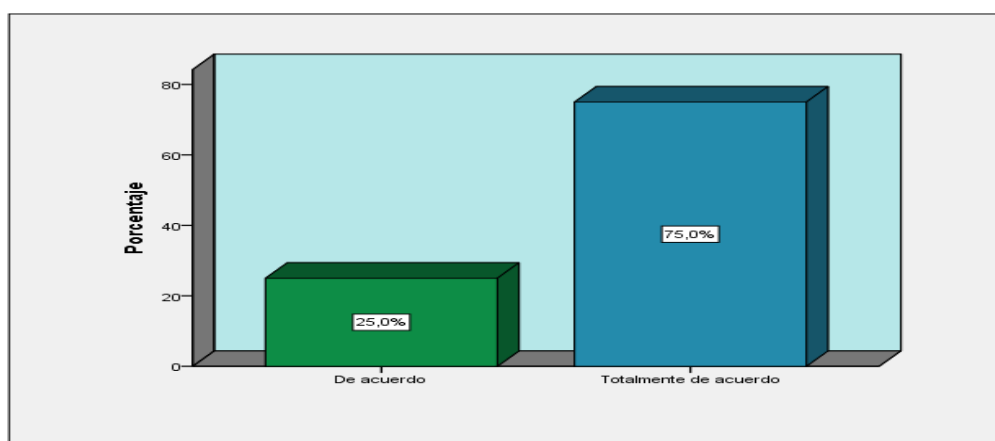


Figura 19 Trabajo conjuntamente

Fuente tabla 21

Interpretación:

Como se observa en la tabla 21 y figura 19, con un total de 8 colaboradores de la MYPE, hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020, el 75,0% (6) totalmente de acuerdo con el personal del hospedaje que trabaja conjuntamente buscando la satisfacción de los clientes y el 25,0% (2) colaboradores manifestó que están de acuerdo

Tabla 22:

Última generación

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0%
De acuerdo	0	0%
Totalmente de acuerdo	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores del hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020.

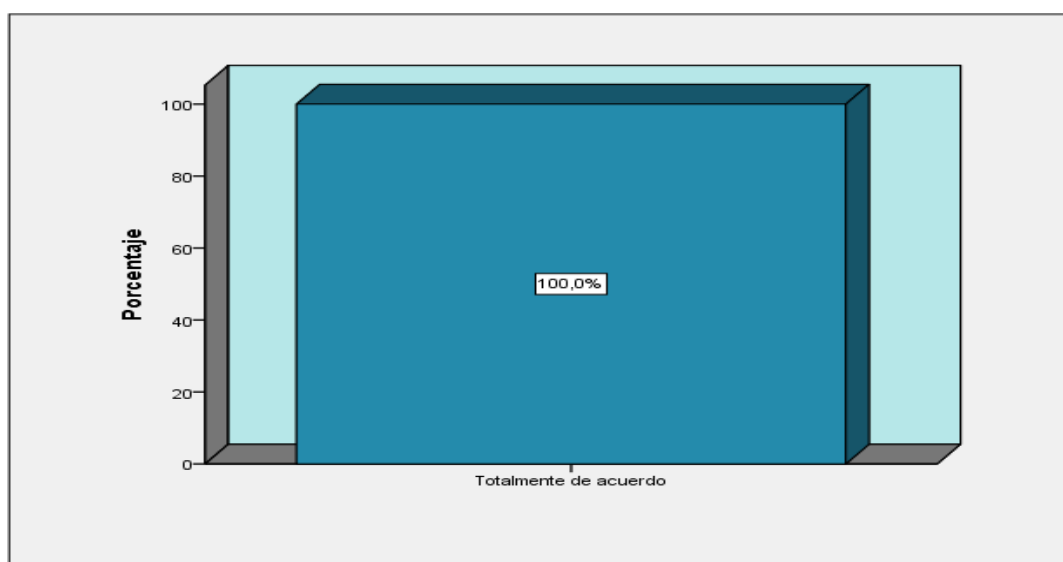


Figura 20: Última generación

Fuente tabla 22

Interpretación:

Como se observa en la tabla 20 y figura 20, con un total de 8 colaboradores de la MYPE, hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020, el 100,0% (8) colaboradores están totalmente de acuerdo que el hospedaje cuenta con equipos de última tecnología para la mejora del servicio.

Tabla 23:

Captar clientes

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0%
De acuerdo	2	25%
Totalmente de acuerdo	6	75%
Total	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores del hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020.

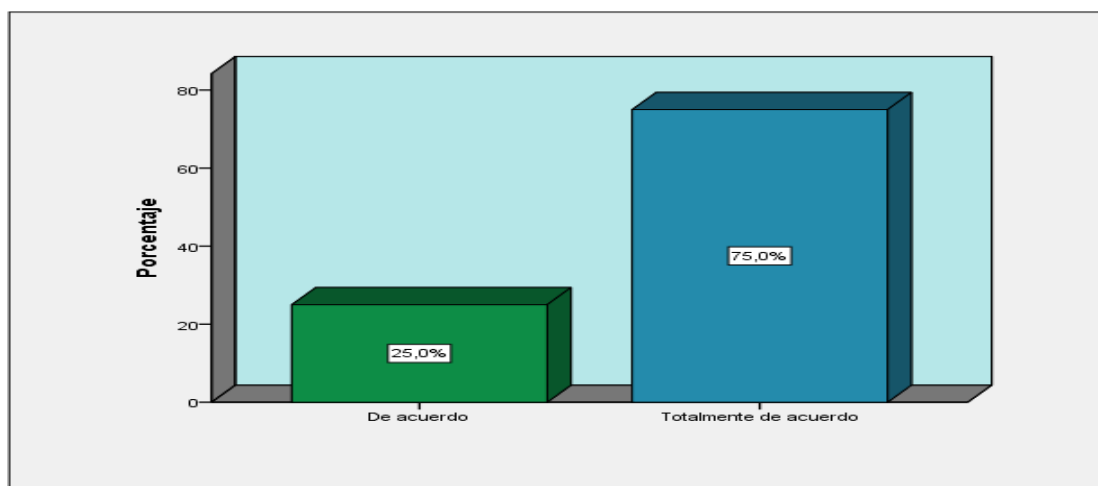


Figura 21: Captar clientes

Fuente tabla 23

Interpretación:

Como se observa en la tabla 23 y figura 21, con un total de 8 colaboradores de la MYPE, hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020, el 75,0% (6) colaboradores están totalmente de acuerdo con que el hospedaje tiene estrategia para captar nuevos clientes y el 25,0% (2) colaboradores manifestó que están de acuerdo

Tabla 24:

Capacitación

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0%
De acuerdo	4	50%
Totalmente de acuerdo	4	50%
Total	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores del hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020.

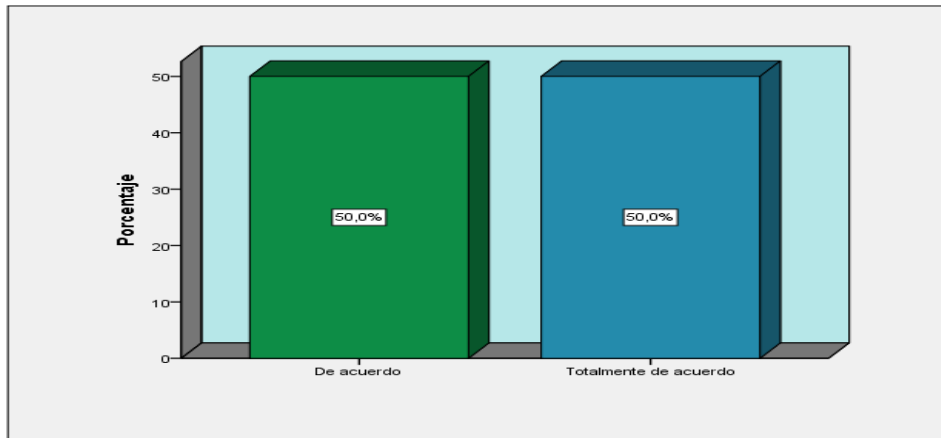


Figura 22: Capacitación

Fuente tabla 24

Interpretación:

Como se observa en la tabla 24 y figura 22, con un total de 8 colaboradores de la MYPE, hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020, el 50,0% (4) colaboradores están que están de acuerdo con el hospedaje invierte en capacitación para sus colaboradores y el 50,0% (4) totalmente de acuerdo

Tabla 25:

La atención brindada

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0%
De acuerdo	0	0%
Totalmente de acuerdo	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores del hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020.

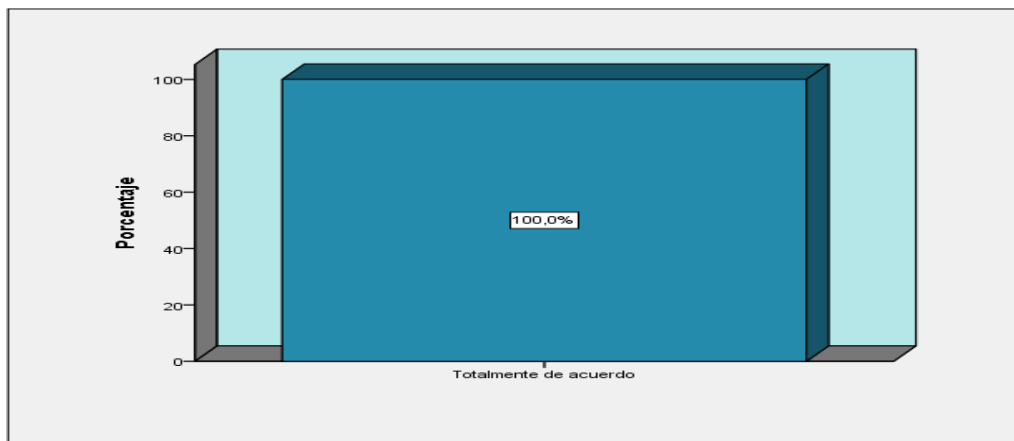


Figura 23: La atención brindada

Fuente tabla 25

Interpretación:

Como se observa en la tabla 25 y figura 23, con un total de 8 colaboradores de la MYPE, hospedaje “El Paraíso”, San Vicente - Cañete, 2020, el 100,0% (8) colaboradores están totalmente de acuerdo que el hospedaje evalué la atención brindada por sus colaboradores.

5.2. Análisis de resultados

5.2.1. Con respecto al objetivo general:

Elaborar la propuesta de mejora en el servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del Rubro Hospedaje, Caso: “EL PARAÍSO”, San Vicente - Cañete, 2020.

De acuerdo a los resultados obtenidos en cuanto en la dimensión de elementos tangibles se puede apreciar en la tabla N° 3,4,5 y 6 están totalmente de acuerdo con las instalaciones del hospedaje, los uniformes que utiliza los colaboradores están totalmente de acuerdo con la funciones que cumple, en lo que respecta a la dimensión empatía en lo que se puede apreciar en la tabla N° 7,8,9,10 y 11 están totalmente de acuerdo con la atención personalizada que brinda los colaboradores, por último en la dimensión capacidad de respuesta se puede apreciar en la tabla N° 12,13,14 y 15, no están totalmente de acuerdo con el tiempo de espera, y no brindan disposición de ayuda al momento que se requiere con, por ello se elabora una propuesta de mejora con la finalidad de mejorar la capacidad de respuesta. Esto concuerda con lo planteado por **Valcazar (2018)** En su investigación titulada: *Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro salones de belleza, de la Urbanización Villa del Norte, Distrito Los Olivos, Provincia de Lima, Departamento de Lima, año 2017.* Quien concluye que las MYPE's se enfocan en su gestión hacia los clientes, brindando servicios que satisfagan al cliente. Esta afirmación podemos comparar con lo encontrado por Villalba (2013) indica que los servicios no pueden ser comprobados por el consumidor antes de su compra, por lo tanto, no pueden asegurar su calidad, convirtiéndose el acto mismo en un resultado (p. 58).

5.2.2. Con respecto al objetivo específico 1:

Determinar las características del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del Rubro Hospedaje, Caso: “EL PARAÍSO”, San Vicente - Cañete, 2020.

De acuerdo a los resultados obtenidos en las características del servicio al cliente, se puede observar en la dimensión de elementos tangibles en la tabla N° 3,4,5 y 6 están totalmente de acuerdo con las instalaciones del hospedaje, los uniformes que utiliza los colaboradores están totalmente de acuerdo con la funciones que cumple, en lo que respecta a la dimensión empatía en lo que se puede apreciar en la tabla N° 7,8,9,10 y 11 están totalmente de acuerdo con la atención personalizada que brinda los colaboradores, por último en la dimensión capacidad de respuesta se puede apreciar en la tabla N° 12,13,14 y 15, no están totalmente de acuerdo con el tiempo de espera, y no brindan disposición de ayuda al momento que se requiere con, por ello se elabora una propuesta de mejora con la finalidad de mejorar la capacidad de respuesta.. Esta información se puede comparar con lo encontrado en Ysla (2019) En su investigación titulada: La gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPE's del sector servicio-rubro lavandería de ropa, Urbanización Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, período 2018. Quien concluye que las MYPE's brinda capacitaciones constantes sobre la atención al cliente con la finalidad de mantenerlos satisfechos y puedan adquirir sus productos. Dichos resultados se complementan con lo indicado por Thompson (2013) Son actividades identificables, intangibles y pasajeras que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente (p. 06).

5.2.3. Con respecto al objetivo específico 2:

Identificar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del Rubro Hospedaje, Caso: “EL PARAÍSO”, San Vicente - Cañete, 2020.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la dimensión del planeamiento de calidad se puede apreciar en las tablas N° 16, 17, 18 y 19 que están totalmente de acuerdo que la empresa tenga un mercado objetivo definido y también cuenta con un objetivo de calidad para brindar u mejor servicio, así mismo se puede evidenciar que no todos están totalmente de acuerdo con el servicio que brinda de acuerdo las necesidades de los clientes. Con respecto a la dimensión de mejora de calidad se puede evidencia en la tabla N° 20,21 y 22 todos están totalmente de acuerdo con la infraestructura del hospedaje, hay trabajo en equipo y sus equipos son todos de última generación y por último en la dimensión de control de calidad se puede evidenciar en la tabla N°23,14 y 25 todos están totalmente de acuerdo con el con la estrategia de captar clientes, pero no están totalmente de acuerdo que la empresa no invierta en las capacitaciones. Comparado con Nizama (2018). En su investigación titulada: La Calidad Percibida del Servicio Hotelero y su Relación en la percepción del cliente, Miraflores, 2017. Caso: Hotel de 3 Estrellas León de Oro Suites, Área de Front Desk. Quien concluye que con este plan se busca mejorar la calidad y la imagen del hotel para poder fidelizar a los clientes; teniendo presente el desarrollo de una mayor confiabilidad acorde al servicio ofrecido, en la evaluación de la empatía se considera el reforzamiento de esta por medio de las capacitaciones en el servicio hacia el cliente. Estos resultados están en relación a lo indicado por Juran (1992).

“La

gestión de calidad sería la dirección que planifica el futuro, implantando programas que controlen los resultados de la calidad.” (p.5)

5.2.4. Con respecto al objetivos específicos 3:

Determinar la propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del Rubro Hospedaje, Caso: “EL PARAÍSO”, San Vicente - Cañete, 2020

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede apreciar en las tablas N° 12, 13, 14 y 15 que no están totalmente de acuerdo con el tiempo de espera de los servicios, no hay un buen servicio eficiente y rápido, los colaboradores no están dispuestos a responder sus preguntas, por lo que se propone mejorar este punto por medio de la capacitación y retroalimentación sobre temas de capacidad de respuesta, con la finalidad de mejorar una buena atención a los clientes y cumplir con sus expectativas. Esta información se puede comparar con lo encontrado por Barrera (2019) En su investigación titulada: Propuesta de mejora de la motivación de personal como factor relevante para la gestión de calidad en el micro y pequeñas empresas del sector, servicio de hoteles del Casco Urbano de Huacho, Provincia de Huaura, 2018. Quien concluye que los factores de la motivación del personal, en la medida que va mejorar la gestión de calidad, para tal fin se deberá aplicar estrategias motivadoras para el éxito de la empresa. Del mismo modo que Chicana (2017) Nos indica que la gestión de calidad es una de las herramientas que permiten a las empresas a planear, ejecutar y controlar las actividades de la empresa con el objetivo de contribuir al cumplimiento integral de las metas de las organizaciones. (p.36).

VI. CONCLUSIÓN

Con respecto al objetivo general: *Elaborar la propuesta de mejora en el servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del Rubro Hospedaje, Caso: “EL PARAÍSO”, San Vicente - Cañete, 2020*

La propuesta de mejora para el caso de estudio está enfocada en incrementar la capacidad de respuesta del personal, para ello se harán uso de herramientas administrativas que permitirán optimizar y sistematizar los procesos involucrados en la atención de tal manera que toda la información acerca de la estadía del cliente este integrada como por ejemplo el uso de restaurant, lavandería y/o servicio a la habitación de modo que al momento de retirarse el pago sea rápido y sin necesidad de consultas a terceros. Otro punto importante para la mejora es la capacitación e inducción para todo el personal de modo que cada uno tenga la información adecuada para brindarle al cliente en cualquier momento y maneje los tiempos del servicio que se brinda.

Con respecto al objetivo específico 1: *Determinar las características del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del Rubro Hospedaje, Caso: “EL PARAÍSO”, San Vicente - Cañete, 2020*

Se concluye que las características del servicio al cliente son: Los elementos tangibles, el hospedaje cuenta con instalaciones modernas y amplias habitaciones que están acorde de los clientes, en la empatía el hospedaje brinda atención personalizada a sus clientes, demostrando cortesía y amabilidad y por último en la capacidad de respuesta no se ha encontrado satisfactoriamente ya que no cumple con los tiempos establecidos trayendo consigo molestia a los clientes.

Con respecto al objetivo específico 2: *Identificar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del Rubro Hospedaje, Caso: “EL PARAÍSO”, San Vicente - Cañete, 2020.*

Se concluye que la gestión de calidad se aplicó adecuadamente en el hospedaje.

En relación con la dimensión de planeamiento, se concluye que la empresa tiene mercado definido, también ha fijado sus objetivos de acuerdo a las necesidades del cliente.

En cuanto a la dimensión de mejora de calidad, se concluye que la empresa constantemente innova en infraestructura, tecnología y capacita a su personal con especialistas altamente calificados. Y por último, en relación al control de calidad se concluye que la empresa evalúa el comportamiento de la calidad del servicio brindado, además cuenta con estrategia definida y retroalimentación constante.

Con respecto al objetivo específico 3: *Determinar la propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del Rubro Hospedaje, Caso: “EL PARAÍSO”, San Vicente - Cañete, 2020.*

Se determina que la propuesta de mejora, debe estar enfocada en mejorar los aspectos relacionados con la capacidad de respuesta de los colaboradores hacia los clientes, esto es reducir los tiempos de espera para el cliente y tener personal siempre dispuesto a solucionar de manera rápida y oportuna los inconvenientes que pudieran surgir durante la estadía del cliente.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

PROPUESTA DE MEJORA

Elaborar la propuesta de mejora en el servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del Rubro Hospedaje, Caso: “EL PARAÍSO”, San Vicente - Cañete, 2020.

Diagnóstico

De acuerdo a los resultados obtenidos en la variable de Servicio al cliente para la gestión de la calidad de la micro empresa: Hospedaje **El Paraíso**, la cuales tienen algunas falencias en el Servicio al cliente relacionado con la capacidad de respuesta del personal en relación a implementar un plan de capacitaciones y entrenamiento al personal con la finalidad de tener personal idóneo en el puesto de trabajo.

Propuesta

En tal sentido y de acuerdo a la problemática se presenta las siguientes estrategias en relación a la mejora del servicio al cliente.

Capacidad de respuesta: Es dar una respuesta inmediata a cualquier inconveniente que ocurra antes, durante o después de la atención. Así mismo se puede afirmar que es la disponibilidad y las ganas del colaborador en ayudar a los clientes y dar un excelente servicio de manera rápida. Para seto (2004) Los consumidores cada vez somos más exigente por lo tal la disposición de atenderse lo más rápido y dar un buen servicio. (p.22).

Estrategia a desarrollar:

- Implementar el plan de capacitación destinado a mejorar la capacidad de

respuesta

- Diseñar un sistema de medición de la Calidad en el Servicio
- Retroalimentar
- Diseñar e implementar mecanismos de reclamo y sugerencia

Conclusión

Las propuestas de mejora ayudaran a mejorar la capacidad de respuesta de los colaboradores, por ello se sugiere el compromiso y la pronta elaboración, de las capacitaciones sobre la atención al clientes e inducción sobre temas de tiempo en la atención, para lograr la fidelidad de los clientes.

PROPUESTA DE MEJORA						
OBJETIVO	ACTIVIDADES	TIEMPO	INDICADOR DE MEDICION	META	RESPONSABLE	FINANCIAMIENTO
Implementar el plan de capacitación destinado a mejorar la capacidad de respuesta	Desarrollar capacitación sobre atención al cliente	Bimestral	% trabajadores competitivos	100% de trabajadores competitivos.	Gerente general	Recursos propios
	Desarrollar capacitación sobre cómo evitar demoras y tener interés en el momento de atender al cliente	Bimestral	% Efectividad del trabajador	100% servicio brindado en su tiempo indicado		
	Desarrollar capacitaciones de como tener una respuesta rápida y eficaz con clientes conflictivos.	Bimestral	N° de capacitaciones	6 capacitaciones al año		
Diseñar un sistema de medición de la Calidad en el Servicio	Realizar encuesta de satisfacción del cliente, después de recibir el servicio brindado	Finalizando check out	% aprobación	Clientes satisfechos	Gerente general	Recursos propios
Retroalimentar	Realizar retroalimentaciones de después de cada capacitación	Trimestral	% de aprendizaje	100% aprendizaje	Gerente general	Recursos propios
Diseñar e implementar mecanismos de reclamo y sugerencia	Implementación un buzón de sugerencias online	Trimestral	N° de quejas y sugerencia	100% quejas atendidas	Gerente general	Recursos propios

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abadi, M. (2004).** Administración General. Argentina: Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires
- Argibay, J. (2009)** *Muestra en investigación cuantitativa, vol. 13, 1 ed.. pp. 13-29*
- Aguilar, M. (2017)** *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro hoteles ecológicos, Ciudad de Pucallpa, año 2017.* Para optar el Título de Licenciatura en administración.
Obtenido de:
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/9212>
- Alcalde, P. (2007)** *Calidad.* España: Paraninfo.
- Angulo, A. (2018)** *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPE's del sector servicios, hoteles, Distrito de Iquitos, año 2018. Caso Del Hotel Boulevard..* Para optar el título en administración. Obtenido de:
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/9309>
- Atrevia (2020)** *Turismo y la recuperación post crisis COVID-19.* Obtenido de:
<https://www.atrevia.com/blog/turismo-y-la-recuperacion-post-crisis-covid-19/>
- Ballestas, B. y Toncel, P. (2016).** *Evaluación de la Calidad del Servicio al Cliente que Prestan los Hoteles 5 estrellas de la Ciudad de Cartagena.* Para optar el título de Administrador en Finanzas y Negocios Internacionales. Universidad Tecnológica de Bolívar.
Obtenido de: <https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0039501.pdf>
- Blanco, A. (2001)** *Atención Al Cliente. Editorial: Piramide*

- Barrera, J. (2019)** *Propuesta de mejora de la motivación de personal como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector, servicio de hoteles del Casco Urbano de Huacho, Provincia de Huaura, 2018*. Recuperado en:
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/15241>
- Bernal, C. (2010).** *Metodología de la Investigación*. Tercera edición. Pearson Educación: Colombia.
- Camison, C. , Cruz, S, Gonzales, T. (2006)** *Gestión de Calidad: Conceptos, Enfoques, Modelos y Sistemas*. Recuperado de Sitio Internet. Obtenido de:<https://porquenotecallas19.files.wordpress.com/2015/08/gestión-de-la-calidad.pdf>.
- Chicana, L. (2017)** *Gestión de la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de Migraciones. Lima 2016*. Para optar el grado de Maestría en Gestiones Publicas. Obtenido de:
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/8937/Chicana_GLM.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cronin, J, y Taylor, S. A. (1992)** . *Measuring service quality: a reexamination and extensión*. The jornal of marketing
- Cuatrecasas, L. (2011).** *Gestión integral de la calidad: implantación, control y certificación*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Cuenca, P. (2019)** *Caracterización de la Gestión de Calidad y Satisfacción del cliente en las MYPE's del Sector Servicio Rubro Restaurante en el Cercado de Tumbes, 2018*. Recuperado en:
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10650>

- Daza, J. (2013).** Análisis de la medición de calidad en los servicios hoteleros.
Criterio Libre, 11 (19), 263-280 ISSN 1900-0642
- Druker, P. (1990).** *El ejecutivo eficaz*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- Fontalvo, T. y Vergara, J. (2010)** *La gestión de la calidad en los servicios ISO 9001*. Madrid: B – EUMED.
- Gestión (2020)** *Restaurantes: problemas, retos y soluciones en medio de la pandemia*. Recuperado de:
<https://gestión.pe/blog/gestióndeservicios/2020/04/restaurantesproblemas-retos-y-soluciones-en-medio-de-la-pandemia.html/?ref=gesr>
- Gosso, F. (2008).** *Híper Satisfacción del Cliente*. México: Panorama S.A.de C.V.
- Gonzales (2015).** *Gestión de la Calidad en la Administración*. Recuperado de:
gestión.pe/economía/empresas/inacal-adapta-iso-9001-elevarcalidad-MiPymes-peruanas-110896.”
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2010).** *Clima organizacional*, México, Editorial Azteca.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014).** *Metodología de la investigación* (6. ed.). México: McGRAW-HILL/ INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hoyle, D. (2000)** *Manual de Sistema de Calidad - Norma ISO 9000*. Edición. Editorial: Paraninfo
- Joubert, E. (2015).** *Los sistemas de gestión de calidad en el sector hotelero: perspectivas y desafíos para su implementación en hoteles de la Ciudad de Neuquén*. Para optar el grado de Maestro. Universidad

Quilmes. Obtenido de:

<https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/130/TESIS%20JOURBERT.pdf?sequ>

Juran, M. (1992) *Juran y el líder para la calidad. Manual para ejecutivos.*

Ediciones Díaz de Santos , S.A. Recuperado de:

<https://books.google.com.pe/books?id=rZgoVdPhJCAC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Kotler, P., Bloom, P. y Hayes, T (2004) *El marketing de Servicios Profesionales,* Editorial Paidós SAICF

Kotler, P. y Keller, K. (2006). *Dirección de Marketing* (12 ed.). México: Pearson Educación

Klotler, P. y Armstrong, G. (2012). *Fundamentos del Marketing.* México: Prentice Hall.

Larrea, P. (1991) *Calidad de servicio: del marketing a la estrategia.* Ediciones Díaz de Santos, 1991

López, S. (2006) *Implantación de un sistema de calidad. Los diferentes sistemas de calidad existentes en la organización.* 1 era ed. Ideas propias editorial, Vigo.

Miño, J. (2017) *Determinar los factores del servicio al cliente que influyen en la Satisfacción del cliente, su evaluación en el Hotel Sheraton de Guayaquil.* Para optar el Título de ingeniería comercial. Magíster en Administración de Empresas. Universidad de Guayaquil. Obtenido de: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/40468>

Molino, J., Moreno, J. y Moreno, M. (2009). *Modelo Q+4D: como medir la*

satisfacción del cliente más allá de la calidad percibida. Retroceded from <https://ebookcentral.proquest.com>

Morales, R. (2019) *La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las MYPE's del sector servicio – rubro restaurantes, de la Urbanización Los Cedros de Villa, Distrito de Chorrillos, Lima 2018*. Recuperado en: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11183>

Muñoz, G. (2017). *Análisis de la Calidad del Servicio del Hotel Perla Verde de la Ciudad de Esmeraldas*. Para optar el Título de Magíster en Administración de Empresas. Universidad Católica del Ecuador. Obtenido de: <https://repositorio.pucese.edu.ec/123456789/1116>

Nava (2005). *¿Qué es la calidad? Concepto, gurús y modelos fundamentales*. México: Limusa. S.A.

Nizama, G. (2018). *La Calidad Percibida del Servicio Hotelero y su Relación en la percepción del cliente, Miraflores, 2017. Caso: Hotel de 3 Estrellas León de Oro Suites, Área de Front Desk*. Para optar el Grado de Maestría Marketing Turístico – Hotelero. Universidad San Martin de Porres. Obtenido de: <http://repositorio.usmp.edu.pe/handle/usmp/3809>

Palomino, J. (2015). *Metodología de la investigación, guía para elaborar un proyecto en salud y educación*. Lima. San Marcos.

Pérez, V. (2007). *Calidad Total en la Atención al Cliente*. España: Calidad total en la atención al cliente, Pautas para garantizar la excelencia en el servicio, (1ª. ed.), España: Ideas Propias Editorial

Prieto, J. (2014). *Gerencia del servicio* (3ª. ed.). Bogotá, Colombia. Ecoe ediciones

Quiroa, D. (2016). *Servicio al Cliente en Hoteles de la ciudad de San Marcos.*

Trabajo para optar el título de Licenciada en Administración.

Universidad Rafael Landívar. Obtenido de:

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

Setó, D. (2004). *De la Calidad de Servicio a la Fidelidad del Cliente.*

Trujillo, D. (2019) *La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes, de la av. Áncash, distrito de el agustino, lima, 2018.* Recuperado en:

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11235>

Udaondo (2014). *Gestión de calidad.* España: Ediciones Díaz de Santos.

Valcazar, M. (2018) *Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro salones de belleza, de la Urbanización Villa del Norte, Distrito Los Olivos, Provincia de Lima, Departamento de Lima, año 2017.* Recuperado en:

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/9337>

Villalba, C. (2013) *La calidad del servicio: un recorrido histórico conceptual, sus modelos más representativos y su aplicación en las universidades.*

Punto de vista. Vol. 4. No. 7. pp. 51-72.

Villegas, M. (2016) *La gestión de calidad en la atención al cliente de las mype en el sector servicio – rubro hoteles Distrito de Chimbote Provincia del Santa 2017.* Caso del Hotel Boulevard. Para optar el Título de Licenciatura. Obtenido de:

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/15008>

Ysla, T. (2019) *La gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las*

MYPE's del sector servicio-rubro lavandería de ropa, Urbanización

Mariscal Cáceres, San Juan de Lurigancho, período 2018.

Recuperado en:

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/16916>

Zeithaml, V. y Bitner, M. (2002) *Marketing de servicios: un enfoque de*

integración del cliente a la empresa (2ª. ed.). México D.F., México.

McGraw – Hill.

Zelada, L. (2016). *Atención al Cliente y su Influencia en el nivel de ventas de la*

Ferretería Solano E.I.R.L. en el primer semestre del 2016 del

Distrito de Trujillo (Tesis de Pre Grado). Universidad Nacional de

Trujillo, Trujillo, Perú. Recuperado en:

<http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/5296>

ANEXOS

1.- Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

Encuesta:

El objetivo de este cuestionario detallado a continuación tiene por finalidad recopilar información del sector y rubro indicado, lo cual será un factor elemental para el desarrollo del trabajo de investigación denominado:

**PROPUESTA DE MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA LA
GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
DEL RUBRO HOSPEDAJE, CASO: "EL PARAISO", SAN VICENTE-
CAÑETE, 2020.**

Deberá marcar con una (x) en el recuadro que crea conveniente, teniendo en cuenta las siguientes indicaciones:

- 1.- Totalmente en desacuerdo
- 2.- En desacuerdo
- 3.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4.- De acuerdo
- 5.- Totalmente de acuerdo

SERVICIO AL CLIENTE		1	2	3	4	5
ELEMENTOS TANGIBLES	La apariencia de las instalaciones está acorde con los servicios recibidos					
	Las instalaciones del hospedaje son cómodas y tiene los espacios adecuado					
	Las habitaciones del hotel son instalaciones modernas con elementos visualmente atractivos para los huéspedes					
	El personal este correctamente uniformado de acuerdo a sus funciones.					
EMPATIA	El hospedaje brinda atención personalizada a los huéspedes					
	Los colaboradores demuestran cortesía y amabilidad en la atención					
	Los colaboradores siempre están dispuestos ayudar con las necesidades de los huéspedes					
	Los colaboradores demuestran sus habilidades con el trato hacia los huéspedes y sabe escuchar sus necesidades					
	Está de acuerdo con el horario de atención que brinda el hospedaje					
CAPACIDAD DE RESPUESTA	El colaborador del hospedaje le informa con sinceridad y exactitud el tiempo en que se llevara a cabo los servicios					
	El colaborador del hospedaje brinda un servicio eficiente y rápido					
	El colaborador esté dispuesto a responder sus preguntas.					
	El colaborador del hospedaje se muestra dispuesto ayudarlo en todo momento.					



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

Encuesta:

El objetivo de este cuestionario detallado a continuación tiene por finalidad recopilar información del sector y rubro indicado, lo cual será un factor elemental para el desarrollo del trabajo de investigación denominado:

**PROPUESTA DE MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA LA
GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
DEL RUBRO HOSPEDAJE, CASO: "EL PARAISO", SAN VICENTE-
CAÑETE, 2020.**

Deberá marcar con una (x) en el recuadro que crea conveniente, teniendo en cuenta las siguientes indicaciones:

- | | |
|------------------------------------|---------------------------|
| 1.- Totalmente en desacuerdo | 4.- De acuerdo |
| 2.- En desacuerdo | 5.- Totalmente de acuerdo |
| 3.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo | |

GESTION DE CALIDAD		1	2	3	4	5
PLANEAMIENTO DE CALIDAD	El hospedaje personaliza sus servicios de acuerdo a las necesidades de los huéspedes					
	El hospedaje toma en cuenta las sugerencias brindadas por sus huéspedes					
	El hospedaje tiene definido el objetivo de calidad					
	El hospedaje cuenta con un segmento de mercado objetivo definido					
MEJORA DE CALIDAD	El hospedaje motiva a los colaboradores para mejorar la calidad del servicio.					
	El personal del hospedaje trabaja conjuntamente buscando la satisfacción de los huéspedes.					
	El hospedaje cuenta con equipos de ultima tecnología para la mejora del servicio					
CONTROL DE CALIDAD	El hospedaje tiene estrategia para captar nuevos huéspedes.					
	El hospedaje invierte en capacitacion para sus colaboradores					
	El hospedaje evalúa la atención que brinda a los huéspedes.					

2.- Consentimiento informado.



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: **PROPUESTA DE MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO HOSPEDAJE, CASO: “EL PARAISO”, SAN VICENTE-CAÑETE, 2020.** y es dirigido por: **Verónica Jesús Rojas Vargas De Torres**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Elaborar la propuesta de mejora del servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del Rubro Hospedaje, Caso: “EL PARAISO”, San Vicente - Cañete, 2020.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo verove030@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: MARTHA FERNANDA

Fecha: 22-08-20

Correo electrónico: Marife -04-02-28 @ yahoo .es

Firma del participante: [Firma manuscrita]

Firma del investigador (o encargado de recoger información): Veronica Rj

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: **PROPUESTA DE MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO HOSPEDAJE, CASO: “EL PARAISO”, SAN VICENTE-CAÑETE, 2020.** y es dirigido por: **Verónica Jesús Rojas Vargas De Torres**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Elaborar la propuesta de mejora del servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del Rubro Hospedaje, Caso: “EL PARAISO”, San Vicente - Cañete, 2020.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo verove030@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Maribel Quinda

Fecha: 22-08-20

Correo electrónico: maribelquinda_8919@hotmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): Verónica Rj

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADACH CATÓLICA



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: **PROPUESTA DE MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO HOSPEDAJE, CASO: “EL PARAISO”, SAN VICENTE-CAÑETE, 2020.** y es dirigido por: **Verónica Jesús Rojas Vargas De Torres**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Elaborar la propuesta de mejora del servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del Rubro Hospedaje, Caso: “EL PARAISO”, San Vicente - Cañete, 2020.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.


Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo verove030@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Maria Del Pilar Guindos Luyo

Fecha: 22-08-20

Correo electrónico: mguindos1@uladech.edu.pe - mguindos1@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): Veronica R

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: **PROPUESTA DE MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO HOSPEDAJE, CASO: “EL PARAISO”, SAN VICENTE-CAÑETE, 2020.** y es dirigido por: **Verónica Jesús Rojas Vargas De Torres**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Elaborar la propuesta de mejora del servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del Rubro Hospedaje, Caso: “EL PARAISO”, San Vicente - Cañete, 2020.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo verove030@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Deisy Archena Rojas

Fecha: 22-08-20

Correo electrónico: deisyarchena@gmail.com

Firma del participante: [Firma manuscrita]

Firma del investigador (o encargado de recoger información): Verónica Rj

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: **PROPUESTA DE MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO HOSPEDAJE, CASO: “EL PARAISO”, SAN VICENTE-CAÑETE, 2020.** y es dirigido por: **Verónica Jesús Rojas Vargas De Torres**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Elaborar la propuesta de mejora del servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del Rubro Hospedaje, Caso: “EL PARAISO”, San Vicente - Cañete, 2020.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo verove030@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Julio Cesar Ramón Francisco

Fecha: 22-08-20

Correo electrónico: midelcinsur25-29@gmail.com

Firma del participante:

Firma del investigador (o encargado de recoger información): Veronica RJ

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: **PROPUESTA DE MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO HOSPEDAJE, CASO: “EL PARAISO”, SAN VICENTE-CAÑETE, 2020.** y es dirigido por: **Verónica Jesús Rojas Vargas De Torres**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Elaborar la propuesta de mejora del servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del Rubro Hospedaje, Caso: “EL PARAISO”, San Vicente - Cañete, 2020.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.


Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo verove030@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.


Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Dustyn Cahua Flores

Fecha: 22-08-20

Correo electrónico: dustynof80@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA



UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: **PROPUESTA DE MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO HOSPEDAJE, CASO: “EL PARAISO”, SAN VICENTE-CAÑETE, 2020.** y es dirigido por: **Verónica Jesús Rojas Vargas De Torres**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Elaborar la propuesta de mejora del servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del Rubro Hospedaje, Caso: “EL PARAISO”, San Vicente - Cañete, 2020.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo verove030@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Fabrizio Aruente

Fecha: 22 - 08 - 2020

Correo electrónico: fabrizio@hotmal.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): Veronica Rj

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN – ULADECH CATÓLICA



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: **PROPUESTA DE MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO HOSPEDAJE, CASO: “EL PARAISO”, SAN VICENTE-CAÑETE, 2020.** y es dirigido por: **Verónica Jesús Rojas Vargas De Torres**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Elaborar la propuesta de mejora del servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del Rubro Hospedaje, Caso: “EL PARAISO”, San Vicente - Cañete, 2020.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo verove030@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Karla Arías Arceles

Fecha: 22-08-2020

Correo electrónico: Karla.0202@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): Veronica R

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: **PROPUESTA DE MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO HOSPEDAJE, CASO: “EL PARAISO”, SAN VICENTE-CAÑETE, 2020.** y es dirigido por: **Verónica Jesús Rojas Vargas De Torres**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Elaborar la propuesta de mejora del servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del Rubro Hospedaje, Caso: “EL PARAISO”, San Vicente - Cañete, 2020.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.


Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo verove030@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Raul barhu baccres

Fecha: 22-08-2020

Correo electrónico: barhu.b.05@hotmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): Veronica R



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: **PROPUESTA DE MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO HOSPEDAJE, CASO: “EL PARAISO”, SAN VICENTE-CAÑETE, 2020.** y es dirigido por: **Verónica Jesús Rojas Vargas De Torres**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Elaborar la propuesta de mejora del servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del Rubro Hospedaje, Caso: “EL PARAISO”, San Vicente - Cañete, 2020.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo verove030@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Joselyn Marcelaya Ordoñez

Fecha: 22-08-2020

Correo electrónico: Janeth2404-93@hotmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): Veronica Rj

3.- Remype

2/8/2020

Consulta RUC: versión Imprimible

CONSULTA RUC: 15162292614 - SUCESION CARLOS HUGO CASTILLO LUYO			
Número de RUC:	15162292614 - SUCESION CARLOS HUGO CASTILLO LUYO		
Tipo Contribuyente:	SUCESION INDIVISA CON NEGOCIO		
Nombre Comercial:	HOSPEDAJE EL PARAISO		
Fecha de Inscripción:	27/07/1993	Fecha Inicio de Actividades:	01/04/1992
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Dirección del Domicilio Fiscal:	AV. MARISCAL BENAVIDES NRO. 1286 LIMA - CAÑETE - SAN VICENTE DE CAÑETE		
Sistema de Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad de Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema de Contabilidad:	MANUAL/COMPUTARIZADO		
Actividad(es) Económica(s):	Principal - 5510 - ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO PARA ESTANCIAS CORTAS Secundaria 1 - 9609 - OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS PERSONALES N.C.P.		
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	FACTURA BOLETA DE VENTA		
Sistema de Emisión Electrónica:	FACTURA PORTAL DESDE 30/06/2018 BOLETA PORTAL DESDE 24/02/2019		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones :	Incorporado al Régimen de Buenos Contribuyentes (Resolución N° 0230050100655) a partir del 01/02/2015		

4.- Carta de Presentación



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
FILIAL CAÑETE.

"AÑO DE LA UNIVERSALIZACIÓN DE LA SALUD"

Cañete, 14 de agosto del 2020

Sr.
CASTILLO CUZCANO CARLOS
REPRESENTANTE LEGAL
HOSPEDAJE EL PARAISO

Presente.-

De mi especial consideración:

Por medio del presente le hago llegar mi cordial saludo y a la vez presento a la bachiller **ROJAS VARGAS DE TORRES VERONICA JESUS** con código de estudiante 2511141065, de la E.P. Administración, quien actualmente se encuentra desarrollando el taller de tesis para titulación en esta casa de estudios.

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

"PROPUESTA DE MEJORA EN EL SERVICIO AL CLIENTE PARA LA GESTION DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO HOSPEDAJE, CASO: "EL PARAISO", SAN VICENTE-CAÑETE, 2020."

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

Atentamente,



Mg. Amelia R. Farián De La Cruz
COORDINADORA

Jr. Santa Rita 245 - 203 San Vicente
Cañete, Lima, Perú
Tel: (01) 583 3725
www.uladech.edu.pe

5.- Carta de Aceptación



CARTA DE RESPUESTA A SOLICITUD

De mi mayor consideración:

Yo, **Carlos Castillo Cuzeano**, representante del Hospedaje "EL PARAISO", con R.U.C. 15162292614, autorizo al Bachiller **Veronica Jesus Rojas Vargas de Torres**, identificada con DNI 41289402, Facultad de Ciencias Contables y Administrativas – F.P. Administración, levantar información de mi empresa para investigación a desarrollar denominada:

PROPUESTA DE MEJORA EN EL SERVICIO AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO HOSPEDAJE, CASO: "EL PARAISO", SAN VICENTE – CAÑETE,

2020.

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

Atentamente.

SUCESION CARLOS
HUGO CASTILLO LUYO
RUC: 15162292614

Carlos A. Castillo Cuzeano
REPRESENTANTE LEGAL

6.- Licencia de Funcionamiento

**MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CAÑETE**
GERENCIA DE DESARROLLO ECONÓMICO, TERRITORIAL Y TURÍSTICO

LEY N° 28976 - LEY MARCO DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO Y MODIFICATORIAS

CERTIFICADO EXPEDIENTE N° **03131**
002664-19 20/03/2019

AUTORIZACIÓN MUNICIPAL DE APERTURA Y FUNCIONAMIENTO

Habiendo cumplido con todos los requisitos establecidos en la Ordenanza N° 09-2012-MPC, se concede el presente **CERTIFICADO DE FUNCIONAMIENTO** de Establecimiento Comercial, Industrial, Oficina y/o Servicios Profesionales.

A: **SUCESION CARLOS HUGO CASTILLO LUYO**

NOMBRE COMERCIAL: HOSPEDAJE EL PARAISO

UBICADO EN: AV. MARISCAL BENAVIDES N°1286- SAN VICENTE DE CAÑETE

EN EL GIRO DE: HOSPEDAJE

AREA: 98.00M² R.G.N°131-2019-GDETT-MPC 22/03/19

DE: 24 HORAS DEL DIA

San Vicente de Cañete, 22 de MARZO del 2019

LA PTE. LICENCIA NO AUTORIZA EL USO DE LA VÍA PÚBLICA, BAJO PENA DE SANCIÓN


GERENCIA DE DESARROLLO ECONÓMICO, TERRITORIAL Y TURÍSTICO
EL PRESENTE CERTIFICADO DEBE EXHIBIRSE EN LUGAR VISIBLE, BAJO PENA DE MULTA O CLAUSURA

Escaneado con CamScanner