



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CALIDAD DEL SERVICIO COMO FACTOR
RELEVANTE PARA SOSTENIBILIDAD DE LOS
EMPRENDIMIENTOS EN LAS MYPES DEL SECTOR
SERVICIO, RUBRO HOTELES DEL DISTRITO
PICHANAQUI, JUNIN 2021**

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

AUTORA:

**ALHUAY PEREZ JUDITH
ORCID: 0000-0002-6717-0608**

ASESOR:

**POMA ANCCASI, SIMON
ORCID ID: 0000-0001-6594-8650**

LIMA - PERÚ

2021

2. Equipo de Trabajo

AUTORA

Judith Alhuay Perez

ORCID: 0000-0002-6717-0608

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

ASESOR

Poma Anccasi Simon

ORCID: 0000-0001-6594-8650

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables,
Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de Administración, Lima, Perú

JURADO

LIMO VASQUEZ, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-0167-7481

MORILLO CAMPOS, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

ESPINOSA OTOYA, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

3. Hoja de firma del jurado y asesor

LIMO VASQUEZ, Miguel Ángel
PRESIDENTE

MORILLO CAMPOS, Yuly Yolanda
MIEMBRO

ESPINOSA OTOYA, Víctor Hugo
MIEMBRO

POMA ANCCASI Simon
ASESOR

4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria

AGRADECIMIENTO

Al finalizar este trabajo quiero agradecer a Dios por sus bendiciones infinitas; asimismo agradezco en estas líneas el apoyo de muchas personas, amistades y compañeros que me apoyaron durante el proceso de investigación, a mi tutor, Simón y asesor Angel, por haberme orientado, quien con su dirección, conocimiento, enseñanza y colaboración permitió el desarrollo de este trabajo.

La autora.

DEDICATORIA

A mis padres Epifanio, Victoria por su comprensión, durante el proceso, por estar conmigo en todo momento; a mi hijo Fabricio quien es mi motor y motivo para seguir en este campo de estudio. A mis hermanos porque con sus consejos de aliento me forjaron a ser un mejor ser humano, por extenderme su mano en momentos difíciles y por el amor brindado cada día.

La autora.

RESUMEN

Los hoteles del distrito de Pichanaqui en estudio podemos distinguir problemas frecuentes en el servicio que se le da al cliente desde que ingresa al establecimiento en el que no se encuentra cortesía por parte de los empleados por tal cuestión planteamos como objetivo: Proponer las mejoras de calidad del servicio como factor relevante para sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del sector servicio, rubro hoteles del distrito de Pichanaqui, Junín 2021. La metodología de investigación fue de tipo cuantitativa, de nivel descriptivo y diseño No experimental – transversal. La población fue de 10 hoteles, la muestra tomada fue probabilística de tipo censal. Su técnica la entrevista y el instrumento un cuestionario con el que se obtuvo los resultados respecto a la Calidad del servicio que un 60% de propietarios afirman que algunas veces toman en cuenta herramientas de la calidad de servicio para brindar un buen servicio en sus empresas, respecto a la variable Sostenibilidad de los emprendimientos un 80% de propietarios afirman que algunas veces se preocupan por la sostenibilidad buscando garantizar el éxito de las empresas en un largo plazo. Se concluye la investigación proponiendo mejoras de calidad del servicio. Y la identificación de los factores relevantes de calidad del servicio los mismos que serán de vital importancia para gestionar de manera organizada y optimizada el proceso de los servicios con calidad. La identificación de los factores permite el desarrollo individual de cada componente y capacitarse al personal de acuerdo a sus deficiencias.

Palabras Claves: *Calidad del servicio y sostenibilidad de los emprendimientos.*

ABSTRACT

The hotels in the district of Pichanaqui under study can distinguish frequent problems in the service given to the client from the moment he/she enters the establishment in which there is no courtesy on the part of the employees. For this reason, we propose the following objective: To propose improvements in the quality of service as a relevant factor for the sustainability of the enterprises in the service sector mypes, hotels in the district of Pichanaqui, Junín 2021. The research methodology was quantitative, descriptive and non-experimental - transversal design. The population was of 10 hotels, the sample taken was probabilistic of census type. Its technique was the interview and the instrument was a questionnaire with which the results were obtained with respect to the Quality of the service that 60% of owners affirm that sometimes they take into account tools of the quality of service to provide a good service in their companies, with respect to the variable Sustainability of the enterprises 80% of owners affirm that sometimes they worry about sustainability seeking to guarantee the success of the enterprises in the long term. The research concludes by proposing improvements in service quality. And the identification of the relevant factors of service quality, which will be of vital importance to manage in an organized and optimized way the process of quality services. The identification of the factors allows the individual development of each component and the training of personnel according to their deficiencies.

Key words: *Service quality and sustainability of the enterprises.*

6. Contenido

INDICE

1. Título de la tesis	i
2. Equipo de Trabajo.....	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria)	iv
5. Resumen y abstract	vi
6. Contenido.....	viii
7. Índice de Figura, tabla y cuadros	x
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura	6
2.1 Antecedentes	6
2.2. Bases teóricas de la investigación	22
2.2.1 Calidad del servicio.....	22
2.2.2 Teorías de Calidad del servicio	29
2.2.2.1 Dimensiones de Calidad del servicio	32
2.2.3 La sostenibilidad de los emprendimientos	34
2.2.4 Las Mypes	38
2.2.5 Rubro hotelero en la actualidad.....	41
III. Hipótesis	49
IV. Metodología.....	50
4.1 Diseño de la investigación	50
4.2 Población y muestra	51
4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores	54

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	56
4.5 Plan de análisis.....	57
4.6 Matriz de consistencia.....	58
4.7 Principios éticos.....	59
V. Resultados.....	61
5.1 Resultados.....	61
5.2 Análisis de resultados.....	72
5.2.1 Variable: Calidad del servicio.....	72
5.2.2 Variable: Sostenibilidad de los emprendimientos.....	73
VI. Conclusiones.....	75
Recomendaciones.....	76
Referencias bibliográficas.....	77
Anexos.....	83
Anexo 1: Cronograma de actividades.....	83
Anexo 2: Presupuesto.....	84
Anexo 3: Instrumento de recolección de datos.....	85
Anexo 4: Consentimiento informado.....	87
Anexo 5: Directorio de mypes.....	88
Anexo 6: Propuesta de mejora.....	89

INDICE DE TABLAS:

Tabla 1. Población de mypes.	52
Tabla 2. Baremo de interpretación de variables y dimensiones.....	61
Tabla 3. Tabla de frecuencia de la variable calidad del servicio.	61
Tabla 4. Tabla de frecuencia de la dimensión personal.	62
Tabla 5. Tabla de frecuencia de la dimensión instalaciones.	64
Tabla 6. Tabla de frecuencia de la dimensión organización.	65
Tabla 7. Tabla de frecuencia de la variable sostenibilidad de los emprendimientos.	66
Tabla 8. Tabla de frecuencia de la dimensión Ambiental.....	68
Tabla 9. Tabla de frecuencia de la dimensión social.	69
Tabla 10. Tabla de frecuencia de la dimensión Económico.	70

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Representación gráfica de la variable calidad del servicio.....	62
Figura 2. Representación gráfica de la dimensión personal.	63
Figura 3. Representación gráfica de la dimensión instalaciones.	64
Figura 4. Representación gráfica de la dimensión organización.	66
Figura 5. Representación gráfica de la variable sostenibilidad de los emprendimientos.....	67
Figura 6. Representación gráfica de la dimensión Ambiental.	68
Figura 7. Representación gráfica de la dimensión social.....	70
Figura 8. Representación gráfica de la dimensión Económico.....	71

I. Introducción

En el presente proyecto de investigación titulado: La calidad del servicio como factor relevante en la sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del rubro hoteles, Pichanaqui - Junín 2021.

Hoy en día, un establecimiento hotelero junto con la totalidad de sus administraciones debe buscar la buena atención hacia el cliente, ya que él será el principal beneficiario para que la organización adquiriera reconocimiento dentro del negocio.

Debido al interés constante de los clientes, numerosas organizaciones han optado por poner recursos en la infraestructura, la innovación, la promoción, la preparación, y así sucesivamente para fortalecer su negocio ya que hay una considerable competitividad de mercado. Por ello, todo lo relacionado con el artículo y la administración será de crucial importancia para la comodidad y la satisfacción del cliente a la hora de su visita. A nivel internacional, en Venezuela, en el territorio de Mérida, en los alojamientos del Municipio Libertador, se hace referencia a que los clientes estaban sumamente asombrados en el momento de hacer el pago por el hospedaje, ya que no esperaban que fuera tan alta. Esto se debe a que en hechos puntuales lo que habían obtenido la información al respecto a la hora de su visita, por ejemplo, las administraciones de energía eléctrica y la consideración inmediata que les dieron los compañeros, no cubría lo que se les estaba cobrando. Además, subrayan la consideración y la confianza dentro de la organización ya que los clientes sienten que no las reciben y lo mínimo que merecen cuando se presentan es ser atendidos bien en general y amablemente, sin

embargo, eso no fue lo que encontraron, dejándolos con un terrible encuentro y sin ganas de volver a solicitar la asistencia (Morillo, 2009).

Del mismo modo, a nivel internacional, en España, los hospedajes aplican otra metodología de administración, ya que los clientes potenciales están más educados debido a la constante actualización de la innovación, incluyendo tarjetas atractivas y wi-fi, así como un enfoque para cambiar la promoción de sus artículos. Por ejemplo, gracias a páginas como Tripadvisor, booking, etc. y sus instrumentos de publicidad incluidos, los clientes pueden planificar sus reservas e imaginar los distintos espacios de las posadas, haciendo que la asistencia que desean obtener sea cada vez más atractiva y solicitada. (Veillard, 2016).

A nivel Nacional, en Cusco, se hace referencia al Hotel Inkallpa, el cual es percibido por su extraordinario deber social y natural cercano. Además, detallan que cuenta con una gran asistencia y es una de los establecimientos de alojamiento donde se puede deleitar completamente del paisaje encantador.

La posada en Valle Sagrado es vista como realmente sobresaliente, no solo por el marco o cada uno de los artículos que se pueden ofrecer dentro de la administración, pero además por el contacto y la preocupación por el cliente al propósito en hacerlo fiel al establecimiento. Además, lo que le da un valor extra a la organización es que los individuos que trabajan en la posada son los que moran allí, por lo que los visitantes se sienten más bien, protegidos y la asistencia que se les ofrece es seriamente fascinante, por lo que no dejarán ni un segundo de volver en otra ocasión. (Alpiste, Carpio y Abad, 2015).

A nivel local, en Pichanaqui según Villalva (2020) el Hotel el Bambú restaurant. Uno de los atributos fundamentales de este hotel es que cuenta con un

marco de control de calidad como el Manual de Buenas Prácticas, el cual garantiza que la metodología que se sigue en la gestión del visitante es idónea, garantizando la fidelidad del consumidor.

Además, acentúa que es difícilmente importante tener ciertas reglas, pero además consentirlas, por lo que el alojamiento es responsable de emplear y preparar adecuadamente al personal para que la experiencia del cliente durante su visita sea la mejor. Se realiza la inspiración y los ejercicios deportivos del personal y, además, se tienen en cuenta las normas morales que el personal puede tener para con los demás, para que el visitante se sienta genial desde que aparece hasta que se va.

Respecto a los hoteles del distrito de Pichanaqui en estudio podemos distinguir problemas frecuentes en el servicio que se le da al cliente desde que ingresa al establecimiento en el que no se encuentra cortesía por parte de los empleados, la información respecto a los servicios y habitaciones es limitada encontrando desconformidad de sus clientes en el que muchas veces existen cambios de servicios o devoluciones. Otro de los aspectos es que su reserva y promoción aun limitado en muchos casos no cuentan con este servicio.

Los establecimientos hoteleros trabajan como negocio cerrado es decir solo dependen de ellos para adquirir clientes y no expanden sus medios de captación con las publicidades en entornos virtuales o convenios con agencias de transporte o de viajes y turismo.

Para tal problema se propuso la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las mejoras de calidad del servicio como factor relevante para sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del sector servicio, rubro hoteles del distrito

de Pichanaqui, Junín 2021? Y como objetivo: Proponer las mejoras de calidad del servicio como factor relevante para sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del sector servicio, rubro hoteles del distrito de Pichanaqui, Junín 2021.

La investigación se justificó por el hecho de que la naturaleza de la administración es un tema de extrema importancia hoy en día, así para las organizaciones ocupadas con el arreglo de las administraciones de alojamiento. La naturaleza de la administración dependerá del trabajo sincronizado e incorporado de las diferentes regiones que componen la organización, ya que el colega se mantiene en contacto con el cliente y mostrará si la asistencia ofrecida es afortunada o desafortunada.

Respecto a la metodología el presente trabajo se da como sigue: Su tipo fue cuantitativa, de nivel descriptivo y un diseño no experimental transversal. La población se conformó por 10 establecimientos con la categoría hoteles y una muestra probabilística aleatoria de tipo censal. Para la investigación se consideró trabajar con la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario. La investigación se propuso de acuerdo a las normas de ética propuestos por la Universidad Católica de Los Ángeles de Chimbote.

Resultados respecto a la variable Calidad del servicio un 60% de propietarios de Mypes del rubro hotelero que afirman que algunas veces toman en cuenta herramientas de la calidad de servicio para brindar un buen servicio en sus empresas, respecto a la variable Sostenibilidad de los emprendimientos un 80% de propietarios de Mypes del rubro hotelero que afirman que algunas veces se preocupan por la sostenibilidad de sus empresas en el tiempo buscando garantizar el éxito de las empresas en un largo plazo.

Se concluye la investigación proponiendo mejoras de calidad del servicio como factor relevante para sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del sector servicio, rubro hoteles del distrito de Pichanaqui, Junín 2021. Y la identificación de los factores relevantes de calidad del servicio los mismos que serán de vital importancia para gestionar de manera organizada y optimizada el proceso de los servicios con calidad. La identificación de los factores permite el desarrollo individual de cada componente y capacitarse al personal de acuerdo a sus deficiencias.

II. Revisión de literatura

2.1 Antecedentes

Internacionales:

Peñaherrera (2019) en su investigación *Evaluación de la calidad de los servicios: un caso de estudio en una universidad ecuatoriana*. En la ciudad de el Milagro, Ecuador. Su objetivo fue evaluar la calidad de los servicios prestados por la Universidad Estatal de Milagro, UNEMI, Ecuador. Como muestra tomó a los trabajadores de la Universidad Estatal de Milagro. Su metodología fue de diseño descriptivo, de tipo no experimental y nivel cuantitativo. Como instrumento tomó al cuestionario ya valido del modelo SERVQUAL. Su resultado respecto a las variables con mayor valoración promedio fueron parte de los estudiantes son la Amabilidad del personal que presta servicios en la Institución (V16), con 4,65 (un 84%), la Apariencia moderna y atractiva de los equipos con los que cuenta la institución (V01), con 4,11 (un 82%), y, la Imagen pulcra, de honestidad y confianza que da el personal de la Institución (V03) con 4,11 (un 82%). Concluyó en esta investigación evaluando la calidad de los servicios a partir de un modelo de encuesta propuesto por Mejías, y que es una versión de Parasuraman, y con el cual se logró identificar tres dimensiones: Atención y empatía; Aspectos institucionales; y Aspectos tangibles. En este sentido, se destaca la importancia que le dan los estudiantes a la atención que se les presta, la seguridad que sienten ellos en los trámites realizados, y la apariencia moderna y atractiva de los equipos e instalaciones con que cuenta la institución.

Ayala & Gricelda (2018). En su tesis titulada, *Modelo de gestión sobre la calidad del servicio hotelero en el cantón Playas, provincia del Guayas, caso: Ashotplayas (Bachelor's thesis, La Libertad Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2018.)*. Su objetivo fue contextualizar la calidad del servicio hotelero que brinda ASHOTPLAYAS a los turistas en el cantón Playas provincia del Guayas, evaluar el nivel de satisfacción del servicio hotelero, y diagnosticar la calidad del servicio hotelero en el resultado de la aplicación de los estándares de calidad. Su metodología fue de tipo descriptiva, transversal, no experimental y cuantitativa. Durante la investigación realizada a los Hoteles que conforman ASHOTPLAYAS, Obtuvo como resultado respecto a la calidad de servicios, en documentos públicos que reposan en diferentes instituciones y textos, así como también el material que se difunde a los turistas que visitan el cantón Playas, realizaron visitas de campo a diferentes funcionarios turísticos, clasificando la información y utilizando la más importante y de mayor realce para el desarrollo del presente trabajo. Realizaron visitas al Cantón Playas, con el objetivo de aplicar una encuesta dirigida a los turistas que visitan los hoteles mediante las cuales se obtendrá información relevante y determinó cuáles son sus fortalezas, pero también sus debilidades, sabremos también las experiencias y las expectativas que mantienen siempre a la espera de un mejor servicio. El estudio de sobre la calidad del servicio al hotelero, que ofrecen los hoteles asociados a ASHOTPLAYAS, concluyó con la existencia de un número considerable de turistas que visitan el cantón Playas y tienen como opción disfrutar de este hermoso balneario, buscan hospedarse en hoteles que les brinden la comodidad que cubra con sus necesidades a un

precio cómodo, en este caso, la mayoría de los hoteles se encuentran con falencias en diferentes áreas, unos en las instalaciones otros con la calidad de servicio que brindan los empleados.

García (2018). En su tesis titulada. *Procedimiento para la gestión de la calidad del servicio en la promoción online de los servicios hoteleros*. Su objetivo fue manifestar el avance de las tecnologías y las comunicaciones constituyen una oportunidad de crecimiento comercial para las empresas de servicios. Su metodología fue de tipo descriptiva, transversal, no experimental y cuantitativa. El turismo, es uno de los sectores más beneficiados con el surgimiento y desarrollo de las redes sociales y otras formas de comunicación online, donde los hoteles como un producto turístico fundamental hacen uso de ellas para generar mayores ingresos a través de la visibilidad y reputación; por medio de una herramienta conocida como promoción online. De ahí la importancia de gestionar la calidad en la promoción online para los servicios hoteleros a través de la propuesta de un procedimiento que contempla el diseño, proyección, control y mejora de la calidad en cada una de las fuentes de promoción utilizadas por el hotel. Su resultado estuvo estructurado en dos capítulos, en el primero se resume los elementos teóricos que sustentan el constructo asociado a la calidad de la promoción online en los servicios hoteleros y el análisis crítico de procedimientos afines para el cumplimiento del problema científico. En la segunda parte de la investigación se expone el procedimiento con su estructura en fases y etapas, los objetivos y el contenido a desarrollar en cada una. Incluyen las conclusiones de la investigación, un conjunto de recomendaciones para dar continuidad a la investigación y los

anexos como complemento de los resultados. Concluyo que se definió el cumplimiento del objetivo de la investigación a través del empleo de métodos teóricos, empíricos y matemáticos.

Aranda & González (2018). En su tesis titulada, *Calidad del servicio en el proceso alimentos y bebidas de un hotel en Ecuador. ECA Sinergia*. Su objetivo fue consolidar la satisfacción del turista, que depende en gran medida de la calidad del servicio que se preste, particularmente en un hotel, el área de alimentos y bebidas; abarca todos los procesos y subprocesos relacionados con el servicio gastronómico, desde su producción hasta la venta, incidiendo la forma como se configura y la asociación a un sinnúmero de experiencias. Este proceso garantizó la salud y la regeneración de energías que permite el desarrollo de las actividades, no solo como turista, sino como ser humano. Su metodología fue la técnicas y herramientas, como la revisión bibliográfica, entrevista, plan tipo, observación científica, revisión de documentos oficiales, diagrama de flujos, criterio de especialista, entrevista, lluvia de ideas, ponderación, estadística descriptiva, matrices. Su resultado fue que se identificaron 13 subprocesos del área de alimentos y bebidas, todos se realizan frecuente o muy frecuentemente. En cada caso se elaboraron los flujogramas, identificando las principales falencias prioritarias a resolver. Se muestran ejemplos de flujogramas. Cada paso según corresponda, sigue una carta técnica. La aplicación la propuesta en la empresa hotelera concluyó en que el desarrollo teórico metodológico permite y constituye la base para obtener los resultados, se verifica y cumplen los objetivos e idea a defender de la investigación. La estructuración de un procedimiento de cinco fases, elaborado

a partir de antecedentes metodológicos, propició la evaluación de forma fluida del proceso de alimentos y bebidas en un hotel de Manta.

Carvajal (2019). En su tesis titulada, *Plan de mejora de calidad en el servicio de A&B del piso ejecutivo del hotel Wyndham Quito Airport, ubicado en la parroquia de Tababela*. Su objetivo fue desarrollar una propuesta para mejorar la calidad en el servicio de alimentos y bebidas (AyB) del piso ejecutivo del Hotel Wyndham Quito Airport, ubicado en la parroquia de Tababela. Su metodología de investigación fue descriptiva, transversal, no experimental y cuantitativa. En el primer capítulo, se realiza el marco teórico, en el cual se definen conceptos acerca de la calidad, su evolución y la importancia de la misma en restaurantes. Por último, se detallan las herramientas de medición a utilizar. En el segundo capítulo, se desarrolla el contexto de la organización, es decir su ubicación, misión, visión, objetivos, estructura organizacional con sus respectivas funciones, productos o servicios ofertados, mapa de actores, customer journey, análisis de la competitividad y perfil del cliente. Adicionalmente, se realiza el análisis de las expectativas del cliente en base a sus resultados respecto a las encuestas realizadas describe el área de AyB del piso ejecutivo y se identifican los errores en los procesos utilizando la herramienta del Blueprint. Además, se aplica el check list de la certificación Distintivo Q para determinar si el hotel está cumpliendo con los 92 criterios establecidos. Luego, se realiza el análisis FODA con el objetivo de identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa. En el capítulo cuatro, se presenta la propuesta de mejora mediante la matriz de priorización de estrategias. Posteriormente, se estableció nuevos procesos en el

Blueprint optimizado con el fin de mejorar el área de AyB del piso ejecutivo. Se elaboró el presupuesto para cada una de las estrategias y un cronograma de intervención de estas. Finalmente se concluyó realizando una proyección de la recuperación de la inversión de la propuesta de calidad.

Nacionales:

Panduro (2019). En su tesis titulada, *Gestión de calidad y eficacia de los procesos administrativos en las mypes del sector servicio, rubro hoteles ecológicos, región Ucayali, año 2019*. Su objetivo fue diagnosticar si las mypes del sector servicio, rubro hoteles ecológicos de la región Ucayali año 2019, aplican gestión de calidad y eficacia de los procesos administrativos. Su metodología fue de tipo mixta, nivel descriptivo con un diseño transversal-no experimental-descriptivo, se encuestó a 7 mypes del sector, y se tomó el 100% de la muestra, donde el instrumento fue un cuestionario de 18 preguntas dirigidas a las mypes de los hoteles ecológicos, donde obtuvo los siguientes resultados, respecto a la gestión de calidad se observó que están posesionados más de 10 años en el mercado teniendo un nombre establecido, difundiendo su misión, visión de las mypes porque gracias a ello sabremos cuáles son sus objetivos, como lo hará y que quiere lograr con ello, gestionando su negocio bajo la filosofía de mejora continua, conociendo el proceso y modernizándose, cumpliendo sus objetivos trazados con miras y proyecciones a futuro. De los procesos administrativos, concluyó que cumplen a cabalidad el planeamiento gracias a ello reducirán riesgos haciéndolo factible y permanente en el mercado, organizando al personal mediante áreas funcionales que desarrollaran

actividades propias que ayudaran a alcanzar los objetivos y metas trazadas, la mayoría de mypes siempre tienen dificultades en su etapa de crecimiento ya que luchan por la supervivencia en el mercado, buscando siempre el éxito y por ende el posicionamiento.

Rollano (2017). En su tesis titulada, *Calidad de los servicios y desempeño laboral de los trabajadores en el Hotel Royal Inka Pisac-I semestre Cusco 2016*. Su objetivo fue evaluar cuál fue la calidad de servicios y el desempeño laboral de los trabajadores del Hotel Royal Inka Pisac durante el primer semestre del año 2016. Su metodología de investigación fue correlacionar la calidad de servicios y el desempeño laboral de los trabajadores del Hotel Royal Inka Pisac; llegando así a la hipótesis de que ambas variables están relacionadas directamente. Para el marco teórico, tomó como referencia a autores como Edwards Deming y a Juan Elorduy. Su metodología fue de enfoque cuantitativo, ya que es secuencial y probatorio; correlacional, porque tiene como finalidad conocer la relación entre las dos variables ya mencionadas y no experimental – transversal, ya que los datos se recolectaron en un solo momento. Su resultado fue que la calidad de servicios estuvo relacionada al 51.5% significativamente al desempeño laboral de los trabajadores del Hotel Royal Inka Pisac durante el primer semestre del año en mención. Su conclusión fue que la calidad de servicios estuvo directamente relacionada al desempeño laboral y para obtener los resultados se encuestó a 33 trabajadores del Hotel Royal Inka Pisac; teniendo así, la correlación existente entre ambas variables.

Perez (2017). En su tesis titulada, *Demanda de turistas Backpacker y calidad de servicio en los hoteles en el Centro Histórico de la ciudad del*

Cusco. Su objetivo fue determinar en qué medida la demanda de turistas Backpacker influye en la calidad de servicios de los Hostels en el centro Histórico de la Ciudad del Cusco. Su metodología fue pura o básica, por su profundidad es explicativa, su nivel de investigación es correlacional y descriptivo, y finalmente el diseño del trabajo es no Experimental. Su resultado afirma que el perfil del cliente de hospedajes con denominación hostel y backpackers del centro histórico de la ciudad de Arequipa son jóvenes de 20 a 30 años de origen europeo que se encuentran cursando sus estudios universitarios. En la encuesta que se aplicó los resultados indicaron que las edades de los huéspedes oscilan entre los 18 y 32 años de edad, que de un total de 368 huéspedes un 65% son estudiantes universitarios, además revelaron con una ligera mayoría del 55% que son hombres. Concluyó que la comunicación, aumenta cada vez más su importancia en las organizaciones. Una de las acciones fundamentales para dinamizar una organización empresarial es implementar una adecuada estrategia de comunicación interna.

Hernandez (2018). En su tesis titulada, *Calidad de servicio en el Hotel Miraflores Suites Centro en Lima, desde la percepción de los huéspedes, 2017*. Su objetivo fue determinar la calidad de servicio en el Hotel Miraflores Suites Centro en Lima, desde la percepción de los huéspedes. El marco teórico aborda conceptos como la calidad, servicio, calidad de servicio, dimensiones y deficiencias de la calidad de servicio, modelo Servperf. Su metodología de investigación fue descriptiva de diseño no experimental de corte transversal. Se utilizó una población de estudio de 898 huéspedes del Hotel Miraflores Suites Centro en Lima y el tamaño de la muestra fue de 271. La validez del

instrumento se obtuvo mediante juicio de expertos y la confiabilidad con el coeficiente Alfa de Cronbach. Para hallar el resultado usó la técnica de la encuesta y el instrumento fue un cuestionario de 40 ítems encontrándose en cada dimensión la escala regular, por lo tanto. Concluyó sobre la calidad de servicio en el Hotel Miraflores Suites Centro en Lima desde la percepción de los huéspedes, es regular, debido principalmente a que no se ha logrado satisfacer las necesidades de los huéspedes.

Molina (2018). En su tesis titulado, *Nivel de calidad del servicio desde la percepción de los clientes del hotel Llaqta, distrito de Miraflores, lima, 2018*. Su objetivo fue determinar el nivel de calidad del servicio desde la percepción de los clientes del Hotel Llaqta, Miraflores, Lima 2018, su metodología de investigación fue de tipo cuantitativo, descriptivo. Con respecto a las dimensiones de estudio, trabajó con el modelo SERVPERF el cual son cinco que conllevaron a la formulación de los objetivos específicos: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía. Respecto a la metodología utilizada, el diseño de investigación fue no experimental y de corte transversal, así como la muestra de estudio estuvo conformada por 250 clientes que se hospedaron en el hotel. Por otra parte, el instrumento usado para recolección de datos fue el cuestionario de 22 ítems, cuya calificación se basó en la escala de 0 a 4 para cada pregunta formulada y el método para su análisis fue el sistema estadístico SPSS. Finalmente concluyó que los 250 encuestados en su mayoría indicaron que la calidad del servicio en dicho hotel, es buena (alta 54%), lo cual se puede señalar que el hotel está

brindando un servicio de calidad, generando percepciones positivas, obteniendo clientes satisfechos.

Flores (2017). En su tesis, *Calidad de servicio al cliente en el Hotel en el Distrito de Miraflores, 2017*. Para el desarrollo del trabajo de investigación que su objetivo fue determinar la calidad de servicio al cliente en el hotel en el distrito de Miraflores, 2017, se usó el modelo o teoría del Hotelqual para medir la calidad de servicio en los establecimientos de hospedaje, la investigación inició en abril del año 2017 hasta diciembre del año 2017. El problema general planteado de la investigación fue, ¿Cómo perciben los huéspedes la calidad de servicio del hotel en Miraflores, 2017? Su metodología de investigación fue de tipo aplicada, con un diseño no experimental y nivel descriptivo con enfoque cuantitativo, para la recolección de datos usó la técnica de las encuestas y el instrumento usado fue el cuestionario que consta de 20 ítems, que fueron analizados con el SPSS 23 para los gráficos y tablas. sus resultados al realizar la encuesta a los huéspedes del hotel , la mayoría respondió positivamente sobre la calidad de servicio, ya que el personal siempre está dispuesto a ayudar al huésped, son confiables y se preocupan por conocer sus necesidades, también la organización del servicio y el personal son adecuadas y eficientes, pero las instalaciones deben ser mejoradas y renovadas, así mismo se manifiesta que el cliente valora al personal y a la organización, por lo que percibieron una buena calidad de servicio y en el tiempo adecuado. Por lo tanto, el autor llegó a la conclusión que la calidad de servicio en el hotel del distrito de Miraflores es buena. El objetivo de la investigación fue determinar la

percepción de los huéspedes acerca de la calidad de servicio al cliente en el Hotel en Miraflores, 2017.

Palma (2019) Investigación que tiene por título, *Propuesta de mejora de la capacitación del personal como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, en la avenida los postes de la urbanización san Hilarión, distrito de San Juan de Lurigancho, 2019*. Su objetivo fue proponer las mejoras de la capacitación de personal como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, en la avenida Los Postes de la urbanización San Hilarion, distrito de San Juan de Lurigancho, 2019. Su metodología fue una investigación de enfoque cuantitativo, presentando un nivel descriptivo y con un diseño no experimental transversal. La población de estudio fueron las micro y pequeñas empresas, la muestra fueron 12 mypes las cuales fueron materia de estudio, se usó el muestreo probabilístico intencional. Sus principales resultados fueron referente a las características de los representantes, se determinó el 50% se encuentran en un rango de edad de 18-30 años con una mayoría del 58% del género femenino. Además, el 50% tienen grado de instrucción secundaria y el 58% de los representantes son dueños. El tiempo de la empresa en el rubro es de 7 a más años con un porcentaje de 58%. Así mismo, las personas que trabajan en la empresa son en su mayoría personas familiares y no familiares en un 83%. Y el 83% se crearon para generar ganancia. Referente a identificar las necesidades de capacitación del personal se puede decir que solo el 42% manifestaron que casi siempre lo hace y 42%

de las MYPEs manifestaron que muy algunas veces determinan las estrategias de capacitación de acuerdo a los objetivos establecidos. El 75% manifestaron que muy pocas veces implementan una selección de la calidad de instructores. Referente a si la empresa aplica un método de servicio eficiente se determinó que el 67% algunas veces lo hace. Y si la empresa ejecuta una gestión de mejora para incrementar la rentabilidad, se determinó que el 42% de mypes manifiesta que muy pocas veces lo hace. Así mismo, sobre si la empresa brinda oportunidad laboral sin discriminación se determinó que 67% de las mypes nunca lo realizan. Y por último, sobre si la empresa ejecuta las normas de protección del medio ambiente se puede decir que 75% algunas veces lo hace. Se pudo concluir que para algunas empresas la capacitación es una gran inversión. Concluyó que para la mayoría de mypes la sostenibilidad económica tiene mucha relevancia, pero dejan de lado lo social y ambiental. Por tal motivo se realizó una propuesta de mejora de los factores relevantes de capacitación al personal para la sostenibilidad de los emprendimientos.

Silva (2021) Investigación que tiene por título, *Propuesta de mejora de branding como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boticas, del distrito de Huánuco, 2021*. Su objetivo fue proponer las mejoras del branding como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas. Su metodología fue de enfoque cuantitativo con nivel descriptivo y un diseño no experimental; se utilizó el tipo de muestreo censal. Sus resultados referentes a la construcción de marca se pueden decir que el 45% manifestaron que, algunas veces delimitada el mercado o público

objetivo, así como el 35% algunas veces desarrollo una ventaja competitiva frente a la competencia. Y si la empresa fomenta la protección de marca, se determinó que el 55% casi siempre fomenta la protección de marca. Así mismo, sobre si la empresa incrementa su calidad percibida se determinó que el 50% siempre lo hacen. Y por último, el 15% muy pocas veces fomenta la reducción de residuos, mientras que el 35% algunas veces lo hace. Y también el 40% muy pocas veces planifica actividades de responsabilidad social; por último, el 45% casi siempre aplica normas ambientales. Concluyó que los factores relevantes para una buena aplicación del branding son necesario la cantidad de conocimiento científico, teórico y práctico sobre el tema para la aplicación adecuada a su realidad como mype. Así mismo, sabiendo que estos factores del branding son trascendentes se puede decir que, para instaurar una buena marca en el público objetivo frente al mercado y la competencia, se debe poner en consideración que todos los miembros de la empresa deben ser partícipes del gran cambio que implica reinventar o crear una nueva marca. Por tal motivo, se dice que es muy importante realizar la propuesta de mejora para aplicar de forma sencilla toda la teorización obtenida, esta podrá aplicarse a las mypes en el rubro de estudio de manera estándar desde distintas realidades.

Locales:

Roncal (2020) En su tesis titulada, *Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la micro y pequeña empresa San Isidro fial SRL Satipo, 2020*. Su objetivo fue determinar la relación entre la calidad del servicio y satisfacción del cliente en la micro y pequeña empresa San Isidro Fial S.R.L Satipo, 2020.

Su metodología fue de tipo correlacional, nivel cuantitativo y diseño no experimental correlacional. Su población estuvo compuesta por 30 clientes las mismas que conforman la muestra censal, para la recolección de datos utilizó la técnica de la encuesta y un cuestionario de escala de Likert como instrumento. En consecuencia, de lo aplicado encontró como resultados respecto a la Calidad de servicios que se sitúan un 93,33% de clientes que manifiestan que algunas veces la empresa aplica acciones de mejora en la atención al cliente buscando la excelencia y la satisfacción de sus consumidores. Del mismo modo respecto a la Satisfacción del cliente podemos observar un 93,33% de clientes que afirma la empresa casi siempre aplica acciones para satisfacer al cliente a través del servicio y el producto que ofrece asegurándose del rendimiento, calidad y cumplir las expectativas. Concluyó determinando que de acuerdo al coeficiente hallado de $r=0,807$ el mismo que cuantificó la relación entre la calidad del servicio y satisfacción del cliente que ambas Variables se relacionan de manera positiva perfecta representadas en un 65,12%.

Loreña (2019) en su investigación *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el restaurant - hotel el Bambú del distrito de Pichanaki, 2019*. Su objetivo fue determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en el restaurante hotel El Bambú del distrito de Pichanaki 2019. Siendo su hipótesis tentativa: La relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente es significativa en el restaurante hotel El Bambú del distrito de Pichanaki 2019. Su metodología de investigación fue de tipo cuantitativo descriptivo correlacional, el método empleado fue: El método

general científico aplicado. La muestra estuvo constituida por 50 clientes del establecimiento restaurant hotel El Bambú del distrito de Pichanaqui, para medir el grado de correlación se utilizó a través del Excel y software estadístico SPSS V.26. En su resultado determinó de acuerdo a la tabla de correlación de sus variables, que existe una correlación entre la Calidad de servicio y Nivel de ventas con una probabilidad de error de 0%. En tal sentido de acuerdo al coeficiente $r=0,864$ que midió la relación entre la Calidad de servicio y Satisfacción del cliente. La investigación concluyó que ambas variables se relacionan de manera positiva fuerte, pudiendo de esta manera determinar que a través de la Calidad de servicio se relaciona significativamente y propicia con el nivel de ventas dado que todo depende de un buen servicio para tener ventas progresivas con un porcentaje de relación de 74,64%.

Saez & Aguirre (2019). En su tesis titulada, *Calidad del Servicio Eléctrico y la Satisfacción de los Clientes en Electrocentro SA Satipo 2017*. Su objetivo fue determinar las características de la calidad del servicio eléctrico que permite lograr que los clientes de Electrocentro perciban un servicio positivo en la localidad de Satipo. Su metodología para el presente trabajo fue el método general utilizó el método científico, tipo de investigación básica, nivel de investigación descriptiva, diseño de investigación descriptivo simple; la población de estudio centrado en los clientes activos y usuarios de la empresa Electrocentro de la localidad de Satipo. Su proceso establece medir el objeto de estudio a través de las variables y obtener su descripción. Se utilizó como instrumento de recolección de datos la encuesta a la muestra determinada. Concluyó de acuerdo a los resultados de investigación, que las medidas

obtenidas al describir las características de la calidad del servicio eléctrico cumplen con las tolerancias de la Norma, permitiendo una positiva percepción de los usuarios satisfechos de la empresa Electrocentro de la ciudad de Satipo; ya que el grado de la satisfacción obtuvo un valor elevado considerando los aspectos de calidad evaluados en el suministro de energía eléctrica, el servicio de alumbrado público, servicio comercial y atención eficiente al cliente.

Bravo & Sulla (2019). En su tesis titulada, *Evaluación de la calidad de servicio desde la percepción de satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Satipo 2017*. Su objetivo fue determinar la percepción de satisfacción de los usuarios respecto a la calidad de servicio en la municipalidad provincial de Satipo en el año 2017, su hipótesis de investigación fue la percepción de satisfacción de los usuarios respecto a la calidad de servicio es mala en la municipalidad provincial de Satipo en el año 2017; la investigación fue de tipo básica, de nivel: descriptivo, se utilizó para contrastar la hipótesis el Chi cuadrado, su metodología fue de diseño no experimental, transversal - descriptivo; la muestra estuvo conformada por 385 usuarios de los servicios de la municipalidad; con un tipo de Muestreo probabilístico simple y para la recolección de datos se utilizó un cuestionario SERVEPERF (percepción de la calidad de servicio). Sus resultados han determinado que se prueba la hipótesis de trabajo. La percepción de satisfacción de los usuarios respecto a la calidad de servicio es mala en la municipalidad provincial de Satipo en el año 2017, la cual fue comprobada con el estadístico chi cuadrada a un nivel de confianza del 95%. Y está relacionada con percepción de insatisfacción que dieron como resultado el análisis de las

dimensiones de la variable. Concluyó que la percepción de satisfacción de los usuarios respecto a la calidad de servicio es mala en la municipalidad provincial de Satipo en el periodo 2017.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.1 Calidad del servicio

Concepto:

Los significados del valor cambian según varios creadores y asociaciones, la Organización Internacional de Normalización dice que la calidad es un atributo de los artículos o administraciones de los que depende sólo el cumplimiento de los clientes al igual que Crosby (1979), caracteriza la calidad como la Adherencia a las necesidades. En todo caso, para el grupo de personas de la Sociedad Americana para la Calidad dice que la calidad es una propiedad o atributos, tanto de un artículo como de una administración que puede cumplir con las presunciones del cliente.

Para Deming (1950) caracteriza la calidad en un nivel anticipado de consistencia y confiabilidad por un precio mínimo y apropiado para el mercado y Juran (1951) caracteriza la calidad como Idoneidad para el uso (satisface las necesidades del cliente).

Características:

Entonces, en ese punto como indica Fuentes & Torres (2002). Dice que la calidad tiene ocho medidas y sus implicaciones son:

- Rendimiento; Característica de un artículo o administración fundamental.
- Características; Contactos adicionales, accesorios extravagantes, cualidades opcionales.
- Fiabilidad: Consiste en las capacidades y habilidades a largo plazo.
- Durabilidad: Vida útil.
- Utilidad: Facilidad de restablecimiento.
- Capacidad de respuesta: Característica de la cooperación que comienza con un individuo y luego con el siguiente (velocidad, instrucción, capacidad).
- Estética: Cualidades sensoriales (conmoción, contacto, apariencia, etc.)
- Reputación: Rendimiento en el trabajo anterior y diferentes intangibles (calidad de la sierra) (p. 323).

Elementos:

La calidad de la administración es una tarea que incorpora a todo el personal para cumplirla, por lo que como dice Tschohl (2008) la calidad de la administración es el compromiso del personal para cumplir con la lealtad del consumidor, ya que justo de ellos depende la confiabilidad de este, no solo alude a los trabajadores que manejan al cliente, sin embargo, a todo el personal de la organización. Entonces, en ese punto la naturaleza de la administración se logra con el trabajo incorporado de todo el personal que trabaja en el elemento.

En 1951, Joseph Juran fomentó la hipótesis del valor con los compromisos que la acompañan: Según Juran (1998), el conjunto de tres gráficos de Juran es un diagrama con el tiempo en el pivote par y el gasto de la baja calidad en el eje ascendente. La acción subyacente es la organización de la calidad. Los organizadores averiguan quiénes son los clientes y cuáles son sus requisitos. Juran dependía de la cuestión de que la calidad para conseguirla deberíamos centrarnos en los trabajadores de la administración y en los trabajadores de línea o en los profesionales capacitados (región funcional), además debería coordinarse tanto en la organización como en el avance del artículo y además evaluar el mercado para trabajar adicionalmente en nuestros ciclos y artículos.

Por otra parte, planteó la ordenación de la calidad que tenía tres ciclos: Input, centrado en las necesidades del cliente. Interacción, centrada en el avance de los artículos, y Salida, las cualidades del artículo en condiciones maravillosas. Hizo el diseño de la calidad y la confiabilidad, el primario dependiente de la planta o dentro de todos los ciclos que se crean a través de un marco y el segundo centrado alrededor de la calidad del artículo en el puesto de observación, con lo cual Japón tenía un disgusto con la metodología del arreglo del valor que era la tarea de los pasivos a los jefes de las actividades y a los profesionales entrenados de la línea, además levantó el adelanto del artículo a través del plan del artículo, del plan del marco, y del diseño del artículo dependiente en la bobina de la mejora del valor de Juran.

En Crosby (1979), sostiene que los representantes y administradores dependían de la calidad ajustando los errores, sin embargo, Phillip. B Crosby

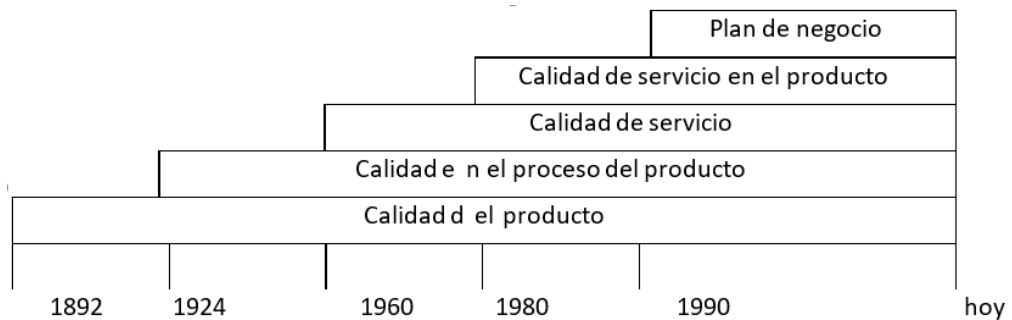
propone la anticipación en lugar del ajuste, ya que la evitación tiene menos gastos que el remedio, ya que cuando un artículo defectuoso es remediado la empresa de trabajo, hardware, y así sucesivamente se hace a partir de ahora y para rehacerlo necesita doble especulación que no es beneficioso, más bien la contracción actúa durante el tiempo que pasó el artículo y se da a través de la gestión y la evaluación que permite rectificar algunas desviaciones, por lo que Phillip. B Crosby dependía de 4 columnas para lograr la calidad: Participación y mentalidad de la organización, incluyendo todas las regiones para lograr evitarla. Administración competente de la calidad, preparación específica a los asociados.

Según Rodríguez (2011) como indica la teoría de la mejora de la calidad de Crosby, hay tres segmentos esenciales para establecer y trabajar el pensamiento crítico y los programas de mejora de la calidad:

- a) Cuatro fundamentos o pilares de la calidad.
- b) Cinco principios de la dirección por calidad.
- c) Catorce pasos para un programa de mejoramiento de la calidad.

Proyectos únicos y aquí se incorporaron las 14 etapas denominadas cero imperfecciones, por las cuales el trabajador que aportará algo separándose de los demás, para la organización será percibido o impulsado con algo excepcional.

La calidad ha propiciado algunos cambios y necesidades en las asociaciones para ser serias en el mercado como lo indica Juran (1998) muestra una figura del avance del valor en su libro Juran's quality manual.



Fuente: juran (1999)

De acuerdo con la figura que muestra el desarrollo del valor desde su inicio, se podría decir que comenzó en 1892 con una atención sobre la calidad del artículo, según lo indicado por las progresiones y los requisitos del mercado en 1924 la calidad se centró en el curso de los artículos sin descartar la naturaleza del artículo, en 1960 los exámenes y la exploración se dirigieron a la naturaleza de la administración dependiente de las dos metodologías referidas, en 1980 se centró en el ciclo de la calidad en la asistencia, y 1990 a la investigación actual buscando explicar y cuidar de las diferentes cuestiones sobre la calidad en el arreglo de negocios. Cada investigación y examen se basa en el análisis anterior y trabaja para desarrollarlo según las necesidades de la organización o las diferentes cuestiones que deben abordarse y las nuevas dificultades.

La calidad de la administración se mantiene con numerosos modelos hipotéticos que se conciben o se desglosan de las hipótesis de calidad, ya que una hipótesis es más desconcertante y puede aplicarse a varias organizaciones o, de otro modo, se llama información generalizada.

La investigación sobre la calidad de la ayuda comenzó en 1980 siendo el más significativo, percibido o más aplicado el modelo Servqual, como

referenciado por Rios y Santomá (2008) aclara que la calidad fue impulsada por Parasuraman y diferentes analistas en 1992, ellos hicieron el modelo SERVQUAL que fue la consecuencia de un proyecto de exploración dirigido en varios tipos de administraciones o cafés. Donde se especifica que la intención es cuantificar la naturaleza de la administración en múltiples ocasiones que es la suposición antes de la utilización de un artículo o administración, al igual que la percepción posterior a haber quemado a través de un artículo o administración por lo tanto si el discernimiento supera las suposiciones debido a esto la calidad aparente será alta y la lealtad del consumidor de igual manera.

Por otra parte, según Montes (1995), la calidad de la ayuda tiene cinco medidas que son

- Componentes tangibles: se centra principalmente en las partes de la asistencia que el cliente puede ver a través de las facultades, por ejemplo, la apariencia de los equipos, los materiales y las oficinas.
- Empatía: cuando un cliente tiene un problema, la organización muestra un verdadero interés por resolverlo.
- Fiabilidad: son perspectivas que se identifican con la capacidad de llevar a cabo la administración garantizada de forma fiable y prudente.
- Capacidad de respuesta: es la presentación de los representantes, por ejemplo, su afán por ayudar y comprender a sus clientes rápidamente.

- Seguridad: la confianza, la invitación y la información que ofrecen los representantes a sus clientes, así como la seguridad que sienten los clientes cuando trabajan con la organización (p. 155).

Por otra parte, el modelo SERVPERF, que es una adaptación nueva o más desarrollada de Servqual, fue traído al mundo por la razón de que la calidad debe ser estimada después de que las administraciones hayan sido quemadas. Inesperadamente, el modelo Servqual expresa que la calidad de la ayuda se estima en dos únicas ocasiones, antes del burn-through de las administraciones y después, según Montes (1995), dice que la idea de la escala Servqual no es satisfactoria, ya que no hay ayuda hipotética.

Así, el modelo Servperf estima la naturaleza de la ayuda obtenida por los clientes después de adquirir y consumir las administraciones, como expresan Cronin y Taylor (1992), que recoge la opinión del cliente sobre la exposición de la naturaleza de la asistencia prestada (p. 229), y alude al Servperf como estimación de la naturaleza de los compradores después de haber obtenido cada una de las administraciones.

Por otra parte, el modelo Hotelqual se utiliza para cuantificar la naturaleza de la administración en las posadas, ya que los atributos que debe cumplir una cafetería para obtener la naturaleza de la administración no son equivalentes a las cualidades de un alojamiento para lograr la fidelidad de los consumidores, por lo que la naturaleza de la administración en las posadas se compone de cinco medidas (compasión, capacidad de respuesta, seguridad, componentes inconfundibles y fiabilidad), entonces, en ese momento la calidad

en las posadas se dimensiona por; (evaluación del personal, oficinas y evaluación de la asociación de asistencia).

Como refiere Antón, Almeida, Andrada, Alberdi, Castilla, Conde & Valido-Vieg (2008). Afirma que, dentro de las instalaciones, se han descubierto 3 medidas fundamentales: evaluación del personal, evaluación de las oficinas, actividad del equipo y la asociación de la ayuda (p. 293).

El modelo Hotelqual fue creado a principios de 1999 por algunos escritores que permite calibrar la naturaleza de las fundaciones de alojamiento según lo indicado por tres mediciones, a partir de ahora referenciadas, además según Antón, Almeida, Andrada, Alberdi, Castilla, Conde & Valido-Vieg (2008). Dice que estas mediciones establecen la premisa de la escala HOTELQUAL que tiene 20 factores. Una parte de estos factores se corresponde con los del modelo SERVQUAL, pero otros se han ajustado a la administración particular del alojamiento (p. 293).

2.2.2 Teorías de Calidad del servicio

Como indica la ISO 9000 (2015), especifica que la calidad es un conjunto de atributos propios que cumple con cada uno de los prerrequisitos.

Por otro lado, López (2005) dice que la calidad es el grado de grandeza, estima lo afortunado o desafortunado del artículo o administración.

La Real Academia Española RAE dice que la calidad son atributos legítimos de una cosa, se valora como comparable, más notable o terrible

que otras especies diferentes. Por otra parte, Machado (1999), especifica que la calidad es una técnica para trabajar en el giro o el consejo de las organizaciones que ofrecen artículos y administraciones que atienden los problemas de los compradores, con bajos costos y calidad de los artículos.

Para Bondarenko (2007), la calidad se caracteriza por la conveniencia de uso (satisface las necesidades del cliente). Para decirlo claramente, la calidad se compone de numerosos componentes y es vista como una metodología de seriedad para las organizaciones de alojamiento.

Tal como lo refiere Jones (2008), la calidad es la asistencia al cliente, la eficiencia, la innovación, las medidas, las habilidades, la evaluación, la preparación constante, etc.

Según Cano (2006), especifica que la calidad es la similitud de los clientes y la eficacia monetaria. La calidad podría entonces ser caracterizada como la unión de los atributos adecuados que un elemento no fijado en piedra como afortunado o desafortunado, y que ayuda a la mejora de la organización.

Como indica Kotler (1997), la asistencia es un movimiento o ventaja, escurridizo y su creación está conectada a un ítem real. Dice también que la ayuda es la obra, acción o ayuda potencial que produce satisfacción a un comprador (p. 64).

Del mismo modo afirma que la ayuda: son ejercicios, actos o realidades que son realizados por individuos, tienen un valor monetario,

puesto constantemente a disposición de los clientes. Sin embargo, la calidad alude también a los artículos y a las administraciones, ya que una asistencia para algunas organizaciones se percibe como un artículo.

Para Sandhusen (2002), que muestra que las administraciones son ejercicios teóricos, son accesibles al cliente, satisfaciendo la satisfacción que espera obtener de la ayuda.

Como indican Holguín (2012), caracteriza la administración como ejercicios teóricos dados a los compradores, que satisfacen sus requisitos y deseos.

Por otra parte, Martínez (2015). Afirma que el ISO 9001, caracteriza la administración como el componente de rendimiento teórico que es la consecuencia de completar fundamentalmente algo como una acción en la interfaz entre el proveedor y el cliente. El cliente experimenta en gran medida una ayuda (p. 6).

En esta línea, la administración puede caracterizarse como la disposición de componentes inmateriales que crea ventajas para el cliente por la gran consideración que recibe, por la rapidez de reacción a una preocupación después de la asistencia.

Existen numerosos significados de la calidad de la administración que intentan describir esta variable con mayor precisión.

Según Parasuraman, Zeithaml y Berry (1992) caracteriza la calidad de la administración como la impresión que tienen los clientes de la grandeza de la ayuda prestada por las organizaciones para contrastarlas con otras que ofrecen una asistencia similar, en el caso de que consientan

lo que se les ofrece y sepan cumplir con las presunciones de los compradores.

Rios y Santomá, (2008) también dice que la naturaleza de las administraciones debe ser estimada a través de un ciclo de evaluación de los clientes, ya que son ellos los que pueden decidir si la visión que tenían antes de consumir el artículo o recibir la ayuda satisface sus necesidades.

Como indica Abadi (2004), la calidad de la administración consiste en satisfacer las expectativas del cliente en cuanto a si la ayuda satisface sus necesidades (p. 4).

Por otra parte, como indica Pecina (2014), la naturaleza de la administración depende de los individuos, ya que según el trato y la administración que se dé, se adquirirá la insatisfacción del cliente y la satisfacción, además de que no se puede estimar, es difícil de almacenar y no tiene duración.

2.2.2.1 Dimensiones de Calidad del servicio

Para medir la naturaleza de la administración en las fundaciones de viviendas, se realizó el modelo Hotelqual, que tiene tres medidas:

- **Personal:**

Para Collados (2017) se especifica que los clientes estiman cuánto les ayudará el personal, la accesibilidad de la administración, la confianza y la circunspección transmitida por la mano de obra y las habilidades del personal para conocer las

necesidades del cliente (párr. 4). Los clientes son los últimos compradores, por lo tanto, reconocen las deficiencias del personal que trabaja en el hospedaje y lo evalúan consistentemente para ver si ofrecen un gran apoyo,

Rios & Santomà (2008), alude que las mejores bendiciones de un hospedaje son estimadas por los clientes cuando tienen individuos equipados para enviar habilidad demostrable y confiabilidad en lo que hacen u ofrecen, y una perspectiva abierta y edificante. Los visitantes se fijan constantemente en lo directo del personal en cuanto a la asistencia que prestan, con toda la intención de evaluarlos en caso de que ofrezcan un apoyo decente o no.

- **Instalaciones:**

Según Collados (2017) dice aquí los clientes someten a juicio, el estado de las condiciones, solaz y bienestar de estos (p. 4).

Luego de nuevo, Rios & Santomà (2008), hace referencia a que el funcionamiento ideal de las oficinas asegura la disposición de la asistencia en condiciones ordinarias, y que cualquier decepción implica una disminución de la calidad en la región influenciada.

Por lo tanto, el buen estado, el mantenimiento y la conservación de los equipos, el mobiliario y otras oficinas de la

posada tendrán un impacto en la naturaleza de la administración que reciben los visitantes.

- **Organización de servicios:**

Asociación de servicios: de la misma manera, Collados (2017) dice que el cliente evaluará la asociación del personal, la información de los ejecutivos y la rapidez y la solicitud al jugar una asistencia (p. 4). Por otra parte, Jones (2008), dice que la asociación es la construcción ordenada de individuos, materiales y componentes innovadores, en la que los componentes organizados e interrelacionados tienen una última mano (p. 18). Por otra parte, Rios & Santomà (2008), dice que la asociación de un alojamiento requiere de una construcción jerárquica en cuanto a poder, significado claro de objetivos, asociación de asignaciones, trabajos y obligaciones (p. 521.).

En consecuencia, la presente investigación tomará la situación del modelo Hotelqual que fue creado en 1999, ya que estimar la naturaleza de la administración en los alojamientos requiere tres mediciones: fuerza de trabajo, oficinas y asociación de la administración.

2.2.3 La sostenibilidad de los emprendimientos

Concepto:

La sustentabilidad se caracteriza por la presencia de circunstancias naturales, monetarias, sociales y políticas que configuran un ejercicio justo de la realidad. Es atender las necesidades de la época actual tratando de no perjudicar la capacidad de las personas en el futuro para atender sus propios problemas.

Para Jones (2008), Es una articulación vinculada a la administración del individuo identificado con su circunstancia actual, por ejemplo, la congruencia que existe en una orientación sexual dependiente de su circunstancia actual con cada uno de los componentes o bienes accesibles para potenciar la actividad de cada uno de los requeridos, sin renunciar o impedir las capacidades de otro clima.

En el ámbito empresarial, la soportabilidad se conceptualiza como una visión más hacia el emprendimiento empresarial. Al transmitir sus determinaciones, las organizaciones elevan la incorporación social, trabajan en la administración de los activos normales y limitan el efecto sobre el clima, protegiendo y salvando el eventual destino del planeta para los futuros parientes, sin consignar la idoneidad monetaria y de la asociación. Esta visión, junto con las técnicas autorizadas ideales, crea un incentivo para los socios y aporta mejores beneficios y oportunidades para la prolongación del negocio a largo plazo, al igual que se suma al avance económico para la sociedad en general en el planeta.

Características:

Como indican los autores Cortés y Peña, (2015) hablar de emprendimiento empresarial sustentable, es hablar del equilibrio que debe tener una organización inventiva en cuanto a la sociedad, la economía, las cuestiones legislativas y el clima, todo ello con la intención de lograr su beneficio y mejora, a la vez que dar una forma de vida superior a la población, avanzando en consecuencia su inalterabilidad en los nuevos tiempos.

¿Qué tal si nos familiarizamos con los tres componentes de la gestionabilidad?

Dimensiones de sostenibilidad

- a) Sostenibilidad ambiental: Trata de suscribir una misión seria de activos regulares. Por dos razones:
 - Mejorar la eficacia y la intensidad de la organización. Percibir que la contaminación natural es provocada por el fracaso de los ciclos modernos.
 - Dar a los futuros familiares un clima equivalente o mejor que el actual. Incluye la limitación de los vertidos contaminantes.

- b) Sostenibilidad económica: Su objetivo es adelantar el giro de los acontecimientos. Implica que los futuros familiares serán más prósperos, tendrán una paga superior por habitante y un modo de vida. La conducta práctica incluye:

- Al socio o visionario del negocio, asegurando una adecuada utilización de su capital y la satisfacción de sus inclinaciones.
 - Al cliente, atendiendo a sus peticiones, ofreciendo costes serios y mano de obra y productos de calidad (consideración respecto a las quejas, discusiones e ideas).
 - A la sociedad en general, protegiendo y produciendo trabajo, pagando salarios razonables y ayudando a conseguir el grado de confianza necesario para el adecuado funcionamiento de una economía de mercado.
- c) Sostenibilidad social: Procurar que los familiares futuros tengan resultados concebibles equivalentes o más notables que los familiares pasados. Los asientos para el avance de nuestra abundancia a través de fuerzas motivadoras para el florecimiento de la formación, la información y el desarrollo. La idea de valor es cierta en esta medida y es de tres tipos:
- El valor intergeneracional, trata de pensar en los costes de la mejora financiera actual el interés de los familiares venideros.
 - El valor intergeneracional incluye la consideración de las agrupaciones hasta hace poco menos preferidas (por ejemplo, las damas o los impedidos). (por ejemplo, las damas o los impedidos) en la dinámica.
 - La equidad entre las naciones, habiendo requerido un ajuste de las relaciones entre las naciones creadas y las no creadas.

2.2.4 Las Mypes

Según Mares-Ruiz (2013). La Micro y Pequeña Empresa (MYPE) es la unidad financiera establecida por un individuo natural o jurídica (organización), bajo cualquier tipo de asociación que pretenda crear ejercicios de extracción, preparación, creación, publicidad de productos o administraciones.

Las mini y pequeñas empresas se alistan en un registro llamado REMYPE.

Beneficios

Pueden establecerse como elementos legales (organizaciones), por medio de la web a través del Portal de Servicios a Ciudadanos y Empresas de la SUNARP: Pueden asociarse para tener una entrada más destacada en el mercado privado y en las compras del Estado. Aprecian que las oficinas estatales participen en ferias y composiciones territoriales, públicas y mundiales. Tienen un sistema ágil y básico para hacer sus tarifas llamado Exporta Fácil, responsable de la SUNAT.

Requisitos de registro

Cuáles son los requisitos para unirse al REMYPE:

- El RUC actual.
- Tener el Usuario y la Contraseña SOL.
- Tener en todo caso un especialista.

Clasificación

Los MYPE pueden ser categorizados como una de las clasificaciones de la industria acompañante, establecida según lo indicado por sus niveles de tratos anuales:

- LA MICRO EMPRESA: Tratos anuales hasta un límite de 150 UIT.
- PEQUEÑA EMPRESA: Ofertas anuales de más de 150 UIT y hasta la mayor medida de 1700 UIT.

Las ventajas del sistema establecido por el Estado para las MYPE's dependen de estos niveles de negocios anuales y de la satisfacción de diferentes prerrequisitos.

Próximamente se distribuirá el Reglamento que aprobará la SUNAT para la supervisión del Registro Nacional de Micro y Pequeñas Empresas (REMYPE), que a partir de ahora depende del Ministerio de Trabajo.

Mypes formales e informales:

Como indica Mares-Ruiz (2013). Cifras de la Enaho, en el 2019, las minipymes representaron el 95% de las organizaciones peruanas y utilizaron el 47,7% de la PEA, idéntico desarrollo de 4% en el trabajo. Estas unidades de especialidad registran ofertas anuales en desarrollo consistente y son equiparables al 19,3% del PBI, por lo que, algo reciente, fueron 6% mayores que en 2018. Sea como fuere, una parte decente de

ellas trabaja bajo estados de baja seriedad y escasas prestaciones laborales, con lo cual somos desde ahora naturales.

Como indica la información de la Sunat, la familiaridad de las mypes asciende al 84%, cifra que se mantiene inalterable a todos los efectos desde hace más de diez años y que, probablemente, por la emergencia actual, se incrementará en el 2020. Así, entre los atributos de las mypes que repercuten en la exposición de sus organizaciones, tenemos, por ejemplo, que más del 74% no lleva ningún registro; que el 66% de los especialistas son familiares desatendidos; que más del 84% de ellos no son subsidiarios de ningún marco de prestaciones y sólo el 2,6% tiene cobertura sanitaria, o que el 25% trabaja más de 40 horas semanales y el 4,6%, más de 60 horas.

Esta situación, que se ha vuelto intermitente, nos lleva a imaginar que, si bien las empresas miniaturizadas y privadas tienen un gigantesco potencial de desarrollo, tienen impedimentos subyacentes. Asimismo, nos muestra que las acciones que las legislaturas han puesto en marcha para, por ejemplo, dinamizar su formalización y utilidad, han sido casi nulas o no han tenido ningún éxito a largo plazo. Así, para trabajar en la focalización de las estrategias públicas para las MIPYMES, el ComexPerú impulsó el Índice de Capacidad Formal de las MIPYMES, que, a la luz de la información de la Enaho, permite observar y evaluar cada año, y de manera exhaustiva, el límite de estas organizaciones para formalizarse, según ciertos atributos empresariales. De esta manera, el listado permite

evaluar la posibilidad de que una mipyme esté inscrita en la Sunat y lo que esto genera en cuanto a la formalización.

2.2.5 Rubro hotelero en la actualidad

Como indican los creadores Caldas, Ojeda, Parapar, Pareja y Saldivar (2020). Se representan las aperturas para la región de la posada como resultado de la pandemia.

Según Bazan & Vidal (2020). Mencionan que después de más de 90 días de restricción requerida a causa del COVID-19, el local de hospedaje en Perú ha sido tal vez el más influenciado. Además, a pesar de que, desde el inicio de la crisis, 72 posadas de tres, cuatro y cinco estrellas en Lima - según muestra la Sociedad Peruana de Hoteles (SPH)- invitaron a asociados, esta localidad depende de la aparición del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez para su reactivación.

Tal como lo demuestran las evaluaciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), antes de que termine el 2020, la industria de viajes abiertos caerá 70% y la de viajes a domicilio 42%. Así, el desarrollo de los viajes nacionales se reducirá de 48,6 millones a 28,3 millones. Esto afectará a las posadas, a los administradores de visitas, a los cafés y a toda la cadena de proveedores fundamentales.

- Édgar Vásquez: Es fundamental ofrecer seguridad al explorador.
- Pollerías, chifas y cebicherías, los cafés más atractivos.

Medidas de recuperación

Así lo demuestran Bazán y Vidal (2020). Expresan que no es de extrañar que en dieciocho meses el distrito comience a recuperarse; no obstante, el director del ranking del Westin Lima Hotel, Luis Barboza, explica que dicha proyección armoniza con la baja fuerza del negocio del desarrollo en el Perú. Este recomienda que, no obstante, se requerirían seis meses adicionales para que el avance se recupere.

Además, ante la magnitud del financiamiento que tienen las posadas y cafeterías, un gran número de ellas necesitaría iniciar una reingeniería y evaluación de sus actividades; no obstante, para ello, dice, no sería inesperado mantener líneas de crédito para el presente.

Se necesitaría una etapa más allá de Reactiva Perú, por ejemplo, de activos multilaterales con una garantía de la asociación, por unos dos años de no fundación y un interés mundial extraordinario. El Estado tiene que gestionar su trabajo con la construcción de espacios para que los especialistas peruanos relacionados con el dinero lleguen a los activos, en particular las medianas y pequeñas afiliaciones, aclara Barboza.

Fredy Gamarra, administrador de la Asociación de Hoteles, Restaurantes y Afines del Perú (AHORA-Perú), Fredy Gamarra, coincide en que se requieren magníficas medidas para el distrito de la industria de viajes como lo indica el punto de vista del costo, identificado con el efectivo y el trabajo, al igual que las misiones de progresión de objetivos para atraer a la gente en general y acercarse a la industria de viajes, cuando se abran las líneas. Hasta ahora no hay medidas expresas para la región de

desarrollo. A diferencia de otras regiones, no se trata sólo de entrar en números rojos con un crédito, ya que para nuestra situación no sabemos respecto a cuándo empezaremos a pagar, llama la atención.

En esta línea, el fabricante de Inkaterra y pionero de SHP, José Koechlin, muestra que tomando como punto de vista otras regiones relacionadas con el dinero, como el cultivo, la pesca o la minería, se puede avanzar de forma ordinaria en el negocio del movimiento a través de ayudantes de surtido, el establecimiento de un marco de funcionamiento para el negocio del movimiento e instrumentos financieros que permitan una mayor oportunidad en el fraseo y los gastos de los anticipos.

Cambio de procedimiento

Por otra parte, los visionarios del sector del alojamiento están examinando algunas posibilidades para recuperar el negocio. La ejecutiva del ranking de SHP, Tibusay Monsalve, afirma que en esta crisis hay alojamientos que explotan la diferenciación de la utilización y plantean intentos conjuntos; es decir, se alquilan habitaciones por un periodo para centros de trabajo o habitaciones guía.

Luis Barboza, del Hotel Westin Lima, confirma que atender el trabajo de las afiliaciones que decidieron descansar a sus trabajadores en la separación ha producido compensaciones. Sea como fuere, a partir de ahora están ofreciendo a las asociaciones de desarrollo de alimentos bajo Maras y Salar, y además están evaluando las asociaciones de ropa, al igual

que la cooperación, que son enormes para el desarrollo de un ejercicio clave para descubrir lo que puede funcionar en última instancia.

En cuanto a él, Fredy Gamarra, de AHORA Perú, llama la atención sobre la forma en que en diferentes naciones hay alojamientos que se puyen como bolsas de aire estéril donde se puede acudir para la separación individual o familiar. Aunque parezca mentira, incluso con la difusión del trabajo desde casa y las pruebas a distancia, los individuos podrían dejar su lugar típico de casa y trabajar o estudiar desde otra ciudad, aprovechando los fines de semana para reunirse y hacer el asunto de la mudanza.

Teresa Villareal, vicepresidenta senior y responsable de la Práctica de Turismo de Newlink Group, apunta que esta diferenciación en el sistema aplicado durante la crisis es paliativa y breve, ya que cuando el negocio del desarrollo se recupere, todos deberán volver a su ejemplo: ser oficinas que reciban huéspedes y ofrezcan encuentros; o, a partir de ahora, cerrar.

Muchas marcas han visto que no pueden trabajar ahora y están buscando organizaciones clave (joint endeavors) o están siendo compradas por diferentes afiliaciones. A partir de ahora, veo que las afiliaciones que antes eran rivales se reúnen para buscar al explorador. A pesar de esta pandemia, las actividades de las posadas serán realmente desconcertantes, aunque más valiosas, ya que al prestar poca atención a las marcas no perdurarán, dice.

Entonces, en ese momento prescribe ver por encima de todo la libertad de negocio para seguir trabajando y advierte que es todo menos una oportunidad ideal para hacer nuevas indagaciones, sin embargo, para tener claro lo que busca el nuevo explorador. Además, recomienda reforzar los canales informáticos propios de las marcas y reconsiderar qué dispositivos inventivos transmiten los resultados más imperativos para llegar al viajero de forma rápida y adecuada.

Las asociaciones están impulsando las recomendaciones con unos gastos magníficos, pero potencian la sustancia con mensajes claros, transmiten los planes de juego ejecutados y cómo se están organizando para dar la mejor visión, además de dar información sobre las visitas abiertas, las actividades y los lugares para escaparse.

Seguridad Sanitaria vital:

En Latinoamérica, varias posadas han comenzado a trabajar en naciones como República Dominicana, el Caribe y México, y la clave ha sido la esterilización para ganar en el negocio post-pandémico. Posteriormente, están destinando recursos a la esterilización. Además, por ejemplo, en las organizaciones metropolitanas europeas, las marcas están completando alternativas innovadoras, por ejemplo, el alistamiento automatizado o el contacto menos para reducir la colaboración entre individuos, incluso los menús son actualmente electrónicos.

Gerber (1997), añade que, en esta excelente situación, hay dos guías que explotar. No obstante, todo lo que tiene que ver con la experiencia y

la naturaleza, el negocio del desarrollo recuperará una importancia asombrosa y, por lo tanto, Perú podría permitir más cosas externas como la lucha podría ser. Asimismo, las asociaciones excesivas con reuniones mínimas de no más de 40 personas compuestas por parientes y amigos y familiares, que podrían viajar juntos y participar en visitas a una zona de fantasía, como Machu Picchu.

Barreto, Collantes, Garland & Rodríguez (2017), dice que el sistema debe planificar la unión de luchas, y la básica en Perú y Sudamérica es Machu Picchu.

Antes de la pandemia había una inmersión hacia el pueblo de Machu Picchu, a partir de este punto tendríamos que percibir cómo instar además al transporte y a las asociaciones para que se preocupen más por el interés de prosperar. Incluso necesitamos un foco clínico, un vehículo de emergencia y asociaciones prósperas interminables. Hay que intentar que sea una ciudad vista por sus excepcionales trabajos sociales, normales y prósperos, presenta.

En las naciones europeas, las posadas están terminando los enfoques mecánicos, por ejemplo, el registro mecanizado o sin contacto para reducir la relación entre los individuos.

Los primeros en viajar:

El negocio de la amistad tiene cuatro fuentes significativas de negocio: los viajes corporativos, los viajes a domicilio, los viajes receptivos a espectáculos y las ocasiones. De ahí que Alcalde (2019), del

Hotel Westin Lima, proyecte que la industria de los viajes corporativos será una de las primeras en repuntar, aunque en un plan disminuido. Básicamente, todos los oficinistas centrales están diciendo que irán por lo esencial pensando en que hay un peligro de contraer infecciones o poner en peligro la prosperidad, establece.

Esto se arrastraría algún lugar cerca de la industria de viajes de barrio, que podría obtener la seguridad, sin embargo, en las oficinas inmensas o las organizaciones metropolitanas corporativas como Lima. Y después abrir el negocio del desarrollo, a pesar de que la recuperación de los viajeros oscuros tiene todos los visos de estar significativamente más lejos.

Los agravios normales se apresurarán a hacer lo que se les pida. Hay que recordar que el gran mercado de Perú ha sido siempre Estados Unidos. Comenzarán a viajar localmente, luego, en ese punto a las peleas más cercanas y después vendrán a Perú. Algo similar ocurrirá con Europa, advierte Barboza y agrega que la industria de viajes de recreación y descanso será la última en reactivarse, ya que fusiona reuniones de enorme volumen de individuos.

Teniendo en cuenta todo esto, Monsalve sostiene que, si antes de la pandemia, los alojamientos estaban al 70% de su capacidad, especialmente en Lima, después de la crisis podrían llegar a sólo el 30% o la mitad.

Mientras tanto, los jóvenes de 20 y 30 años se apresurarían a viajar, ya que son los que necesitan ganar experiencias increíbles y estar con sus amigos. Al mismo tiempo, se movería la extravagancia de la zona de

desarrollo, ya que se trata de individuos que están acostumbrados a aventurarse por todos los rincones del planeta -y tienen los medios económicos- para seguir haciéndolo, aunque alejados de una amplia gama de peligros.

Los individuos que no se mueven son los más asentados. Estarán más atentos para tomar las medidas necesarias para no arruinarse. Los estadounidenses solían atreverse a mucho más, pero hoy no lo harán. A pesar de que el negocio del desarrollo caerá, no debemos esperar que disminuya una tonelada. Justo cuando los mayores viajen habrá un nuevo desarrollo más llamativo, afirma Tibusay Monsalve.

III. Hipótesis

No aplica a la investigación por solo ser de nivel descriptivo en el que solo nos limitaremos a describir la variable sin alterarla intencionalmente.

Las hipótesis indican lo que tratamos de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado. Se derivan de la teoría existente al respecto Williams (2003) manifiesta que deben formularse a manera de proposiciones. De hecho, son respuestas provisionales a las preguntas de investigación. Cabe señalar que en nuestra vida cotidiana constantemente elaboramos hipótesis acerca de muchas cosas y luego indagamos su veracidad. Por lo tanto, una investigación descriptiva no se considera hipótesis.

IV. Metodología

4.1 Diseño de la investigación

La investigación fue de tipo cuantitativo debido a que se obtuvo a través de nuestro cuestionario datos cuantificables con los cuales mediremos las variables y dimensiones.

Rivero (2013), especifica que la investigación y la traducción de la información cuantitativa que se ha acumulado con una razón caracterizada, de comprensión y disposición de las cuestiones positivas dando una escena matemática de la condición de las variables.

La presente investigación describió las variables y su entorno natural sin alterarlas o manipularlas por lo tanto fue de nivel descriptivo.

Según Rivero (2013), especifica que

La investigación descriptiva busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice y describe sus tendencias del grupo o población.

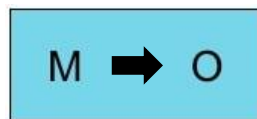
El diseño dispuesto para la investigación fue no experimental porque no aplicamos pruebas experimentales.

Para Hernández (2003), el diseño no experimental se divide tomando en cuenta el tiempo durante se recolectan los datos, estos son: diseño Transversal, donde se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único, su propósito es describir variables y su incidencia de interrelación en un momento dado.

Para fines de estudio se utilizó un diseño transversal, debido a que se recolectaron datos un tiempo determinado sin intervenir en el ambiente en que se desarrollan la cuestión de la variable, por lo que no hubo manipulación de variables.

Fernández, Sánchez, Córdoba & Largo (2002) al respecto manifiestan que un estudio transversal puede ser completamente descriptivo y sirve para evaluar la frecuencia y la distribución de un tema de estudio en un determinado grupo demográfico en un corte en el tiempo.

Su diseño se representa de la siguiente manera:



En donde:

M = Es la muestra en quien se realiza el estudio

O = Información relevante o de interés recogida

4.2 Población y muestra

a. Población:

Para nuestra investigación se tomó a todas las 10 mypes del sector hotelero del distrito de Pichanaqui reconocidos constituidos y predispuestos a brindar información acerca de su emprendimiento.

Sobre el universo Gonzales, Oseda, Ramírez y Gave (2014). Cita a Levin y confirma que la población o el universo es el arreglo de personas que piensan en cualquier caso en una marca registrada, independientemente de si una

ciudadanía típica es el alistamiento en un establecimiento instructivo similar, la universidad o comparable.

Tabla 1: Población de mypes.

N°	RUC	NOMBRE COMERCIAL	DIRECCION	DISTRIT		
1	10205406200	ROJAS DE RAMÍREZ, Marcelina Nicolaza	HOSPEDAJE PAQUINITO	Av. Marginal N° 394	Pichanaqui	
2	10205399904	GONZALÓN GONZALES, Isabel	HOSPEDAJE SANTA ISABEL	Av. Micaela Bastidas N° 271	Pichanaqui	
3	15121722655	SUC.INDIV.GÓ MEZ CANO LUIS ABRAHAM	HOSPEDAJE SELVA CENTRAL	Artica Vda.de Gómez, Mercedes	Av. Micael Bastidas N° 394	Pichanaqui
4	10066555521	VILLARREAL PAREDES DE SÁNCHEZ, Consuelo Melva	HOSTAL VILLARREAL	Av. Marginal N° 225	Pichanaqui	
5	10408970909	CAHUANA SOTO, Fortunato Félix	HOSPEDAJE LAS AMERICAS	A.V.Chang - Psje Los Pioneros Mz A Lt.11	Pichanaqui	
6	20568643268	RAINROMA INVERSIONES SAC	HOTEL PLASENCIA/ HOSPEDAJE Y RESTAURANT RAINROMA	Medina Ordóñez, Marina	Jr. 9 de Diciembre N° 611	Pichanaqui
7	10107347955	PAMACHAHUA GALINDO DELIA	HOTEL VADARIA	Av. Magrinal Mz - A Lt. 07	Pichanaqui	
8	10093665584	ROBLADILLO ARIAS FREDDY ARMANDO	HOTEL ZAFIRO	Jr. Miguel Grau N°. 368	Pichanaqui	
9	20568787774	CONFORT M M SAC	HOTEL CONFORT	Carretera Marginal Km. 73	Pichanaqui	
10	20602572642	INVERSIONES T&H ORBIS SAC	HOSPEDAJE ORBIS	Pecho Camarena Salomón Levi	Jr. 09 de Diciembre N°. 752	Pichanaqui

Fuente: Registro de mypes 2021.

b. Muestra:

Al tratarse de una población reducida se consideró una muestra probabilística aleatoria simple de tipo censal.

No probabilística intencionada ya que es conveniente para nuestra investigación elegir con los representantes de cada empresa.

Censal ya que al ser un número reducido de empresas trabajaremos con las 10 mypes del sector hotelero del distrito de pichanaqui.

De esta manera Gonzales, Oseda, Ramírez y Gave (2014), afirma que:

El muestreo probabilístico de selección aleatoria es cuando está hecho de un número adecuado de componentes para asegurar la presencia de cualidades similares del universo. Para ello se pueden utilizar ecuaciones factuales siempre que sean de tipo probabilístico; sin embargo, en el caso de que los conjuntos estén ya caracterizados, son de tipo no probabilístico. (p.45).

4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición Conceptual	Indicadores	Escala de medición
Variable 1: Calidad del servicio	Grönroos (1984, citado por Ríos & Santomá, 2008) dice que “apunta que la calidad de los servicios debe ser contemplada desde la óptica de los clientes indicando que es el resultado de un proceso de evaluación, donde el consumidor compara sus expectativas con la percepción del servicio que ha recibido.	Personal	Para Collados (2017) menciona los clientes valoran el grado en el que el personal está dispuesto a ayudarlos, la disponibilidad de la dirección, la confianza y la discreción transmitida por la fuerza de trabajo y las competencias del personal para conocer las necesidades del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> • Disposición a ayudar a los clientes • Preocupación por resolver los problemas de los clientes • Conocimiento y esfuerzo por conocer las necesidades de cada cliente • Competencia y profesionalismo • Disponibilidad para proporcionar la información cuando el Cliente los necesita 	Instrumento escala de Likert: 1=Nunca 2=Casi nunca 3=A veces 4=Casi siempre 5=Siempre
		Instalaciones	Según Collados (2017) dice “aquí los clientes someten a juicio, el estado de las dependencias, confortabilidad y la seguridad de estas.	<ul style="list-style-type: none"> • Confiabilidad • Aspecto limpio y aseado • Instalaciones agradables • Conservación de las dependencias y equipamiento del edificio • Instalaciones confortables • Seguridad de las instalaciones • Limpieza de las instalaciones 	
		Organización	Así mismo Collados (2017) dice que el consumidor turístico evaluará la organización del personal, gestión de los datos y la rapidez y el orden a la hora de realizar un servicio.	<ul style="list-style-type: none"> • Facilidad de conseguir información de los diferentes servicios • Discrecionalidad y respeto hacia la intimidad del cliente • Disposición del personal de discreción • Rapidez de funcionamiento de los servicios • Información precisa al cliente • Resolución de problemas con eficacia • Importancia al cliente • Prestación de servicio 	

Variable 2: Sostenibilidad de los emprendimientos	Elkington, (1994) El desarrollo sostenible en la organización, busca garantizar el éxito comercial a largo plazo, aportar al desarrollo económico y social, y preservar el medio ambiente.	Social	Elkington, (1994) Procurar que las generaciones futuras tengan resultados concebibles equivalentes o más notables que los pasados. El avance de nuestra abundancia a través de fuerzas motivadoras para el florecimiento de la formación, la información y el desarrollo social.	<ul style="list-style-type: none"> • Preservación y creación de empleos • Inclusión social • Concienciación hacia el desarrollo sostenible
		Económico	Elkington, (1994) Su objetivo es adelantar el giro de los acontecimientos. Implica que las futuras generaciones serán más prósperas, tendrán una rentabilidad superior por habitante y un modo de vida.	<ul style="list-style-type: none"> • Uso adecuado del capital y cumplimiento de intereses • Atención de quejas, consultas y sugerencias • Mejora de la productividad y competitividad
		Ambiental	Elkington, (1994) Percibir que la contaminación natural es provocada por el fracaso de los ciclos modernos. Y la misión es brindar a los futuros familiares un clima equivalente o mejor que el actual. Incluye la limitación de los vertidos contaminantes de las empresas.	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de normas ambientales • Reducción de emisiones contaminantes • Residuos solidos

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas:

En esta labor de exploración se utilizó la técnica de la encuesta, que comprende la investigación de perspectivas, desarrollos que un área de la población de empresarios sobre un tema específico con el que recopilaremos información relevante acerca de la calidad del servicio de las mypes de sector hotelero.

Orellana & Sánchez (2006), afirman que se trata de métodos organizados, no preguntas, sin embargo, mira metódicamente operacional que sirven para abordar los procedimientos de cuestiones de la tierra debe elegirse teniendo en cuenta lo que se está explorando por qué, para qué y cómo se investiga (p.75).

Instrumentos:

En el presente trabajo de investigación se utilizó como instrumento a un cuestionario de tipo Likert que depende de variables operacionalizadas por dimensiones los mismo que derivan en indicadores que estructuran el cuestionario.

De acuerdo a Orellana & Sánchez (2006), manifiesta que llama la atención sobre el hecho de que "*los instrumentos son una ayuda implícita para la recopilación y registro de la información adquirida a través de los métodos*" (p.47).

Para la validación del instrumento presentamos la validación por juicio de expertos, en el que los expertos analizaron la consistencia de las preguntas

agregadas al cuestionario para darles validez mediante un instrumento de validación confirmando su relevancia y consistencia.

4.5 Plan de análisis

En el desarrollo de la investigación dentro del plan de investigación se elaboró una base de datos a partir de la aplicación del instrumento, se hizo un breve conjunto de datos en el programa Excel 2016 y se continuó con la clasificación de los mismos por variables y dimensiones. Para el procesamiento de la información, se utilizó el programa medible SPSS (Statistical package for the social sciences) versión 24 para adquirir los resultados claros con las tablas de frecuencias y gráficos, se hizo el tratamiento de los datos para los resultados en tablas de frecuencias.

Para la interpretación de los datos se elaboró un baremo de acuerdo a los ítems e intervalos a representar por escalas de acuerdo al instrumento (escala de Likert).

Al respecto Schettini & Cortazzo (2015) Mencionan que el análisis de datos consiste en someter los datos a la realización de operaciones, esto se hace con la finalidad de obtener conclusiones precisas que nos ayudarán a alcanzar nuestros objetivos, dichas operaciones no pueden definirse previamente ya que la recolección de datos puede revelar ciertas dificultades.

4.6 Matriz de consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	VARIABLES	METODOLOGIA
¿Cuáles son las mejoras de calidad del servicio como factor relevante para sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del sector servicio, rubro hoteles del distrito de Pichanaqui, Junín 2021?	Proponer las mejoras de calidad del servicio como factor relevante para sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del sector servicio, rubro hoteles del distrito de Pichanaqui, Junín 2021.	Variable 1= Calidad del servicio	<p>Tipos de Investigación La investigación fue de tipo cuantitativa porque cuantificaremos datos.</p> <p>Nivel de Investigación Por su naturaleza fue de nivel descriptivo porque nos limitaremos solo a describir.</p> <p>Diseño de la Investigación No experimental porque no experimentamos modelos – transversal porque solo estudiaremos en un determinado tiempo.</p> <p>Población La población se consideró a las mypes del sector hotelero de la provincia de Pichanaqui siendo 10.</p> <p>Muestra La muestra fue probabilística aleatorio de tipo censal considerándose así el total de la población.</p> <p>Técnica: La técnica fue la encuesta</p> <p>Instrumento Fue un cuestionario</p> <p>Plan de análisis Fue con la ayuda de la estadística y programas con el Excel y SPSS v24.</p>
	<p>OBJETIVOS ESPECIFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> Identificar / determinar los factores relevantes de calidad del servicio para la mejora de sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del sector servicio, rubro hoteles del distrito de Pichanaqui, Junín 2021. Describir los factores relevantes de calidad del servicio para la mejora de sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del sector servicio, rubro hoteles del distrito de Pichanaqui, Junín 2021. Elaborar la propuesta de mejora de calidad del servicio como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del sector servicio, rubro hoteles del distrito de Pichanaqui, Junín 2021. 	<p>VARIABLES</p> <p>Variable 2= Sostenibilidad de los emprendimientos</p>	

4.7 Principios éticos

Los códigos de ética re rigen por lo aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0037-2021-CU-ULADECH Católica, de fecha 13 de enero del 2021. Por lo tanto:

Uladech (2021) refiere que todas las fases de la actividad científica deben conducirse en base a los principios de la ética que rigen la investigación siendo:

Protección de la persona: El bienestar y seguridad de las personas es el fin supremo de toda investigación, y por ello, se debe proteger su dignidad, identidad, diversidad socio cultural, confidencialidad, privacidad, creencia y religión. Este principio no sólo implica que las personas que son sujeto de investigación participen voluntariamente y dispongan de información adecuada, sino que también deben protegerse sus derechos fundamentales si se encuentran en situación de vulnerabilidad.

Libre participación y derecho a estar informado: Las personas que participan en las actividades de investigación tienen el derecho de estar bien informados sobre los propósitos y fines de la investigación que desarrollan o en la que participan; y tienen la libertad de elegir si participan en ella, por voluntad propia. En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigados o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.

Beneficencia y no-maleficencia: Toda investigación debe tener un balance riesgo-beneficio positivo y justificado, para asegurar el cuidado de la vida y el bienestar de las personas que participan en la investigación. 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.

Cuidado del medio ambiente y respeto a la biodiversidad: Toda investigación debe respetar la dignidad de los animales, el cuidado del medio ambiente y las plantas, por encima de los fines científicos; y se deben tomar medidas para evitar daños y planificar acciones para disminuir los efectos adversos y tomar medidas para evitar daños.

Justicia: El investigador debe anteponer la justicia y el bien común antes que el interés personal. Así como, ejercer un juicio razonable y asegurarse que las limitaciones de su conocimiento o capacidades, o sesgos, no den lugar a prácticas injustas. El investigador está obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación, y pueden acceder a los resultados del proyecto de investigación.

Integridad científica: El investigador (estudiantes, egresado, docentes, no docente) tiene que evitar el engaño en todos los aspectos de la investigación; evaluar y declarar los daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, el investigador debe proceder con rigor científico, asegurando la validez de sus métodos, fuentes y datos. Además, debe garantizar la veracidad en todo el proceso de investigación, desde la formulación, desarrollo, análisis, y comunicación de los resultados.

V. Resultados

5.1 Resultados

Tabla 2: Baremo de interpretación de variables y dimensiones

NIVEL	VARIABLE 1	DIMENSION 1	DIMENSION 2	DIMENSION 3	VARIABLE 2	DIMENSIONES
1. Nunca	20_35	7-12	5_8	8_13	9_15	3_4
2. Muy pocas veces	36_51	13-18	9_12	14_19	16_22	5_6
3. Algunas veces	52_67	19-24	13_16	20_25	23_26	7_8
4. Casi siempre	68_83	25-30	17_20	26_31	30_36	9_10
5. Siempre	84_100	31-35	21_25	32_40	37_45	11_15

Fuentes: Cálculo y estimación propia

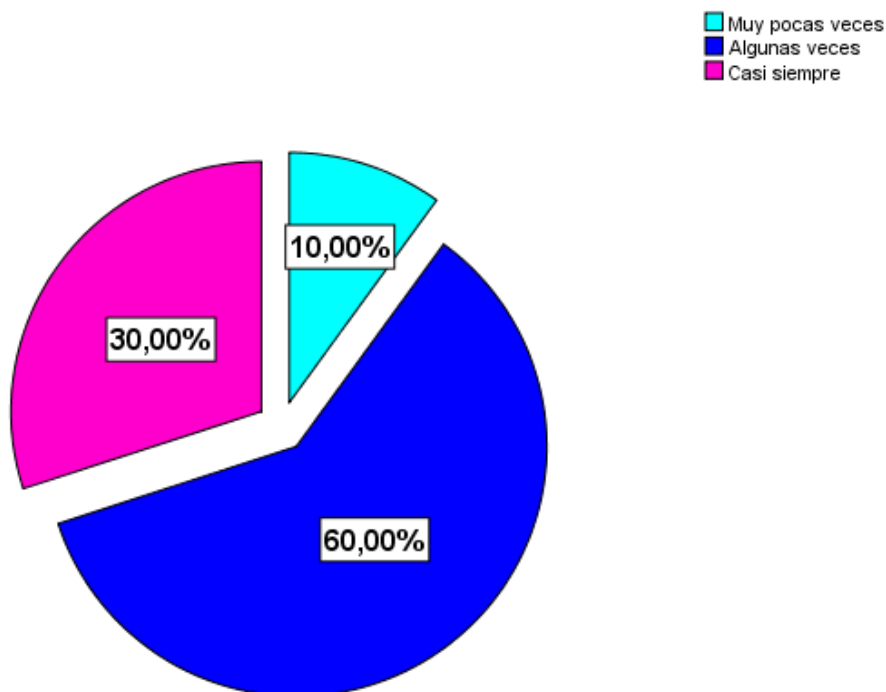
Tabla 3: Tabla de frecuencia de la variable calidad del servicio.

CALIDAD DEL SERVICIO		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Muy pocas veces	1	10,0	10,0	10,0
	Algunas veces	6	60,0	60,0	70,0
	Casi siempre	3	30,0	30,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta

Con la necesidad de visualizarlos %s de forma gráfica se presentan las figuras a continuación para su análisis.

CALIDAD DEL SERVICIO



Fuente: Tabla de frecuencias 3

Figura 1: Representación gráfica de la variable calidad del servicio.

Interpretación:

En la Figura 1 podemos apreciar el resultado perteneciente a la variable Calidad del servicio cuyos %s se distribuyen en un 60% de propietarios de Mypes del rubro hotelero que afirman que algunas veces toman en cuenta herramientas de la calidad de servicio para brindar un buen servicio en sus empresas, el 30% de empresarios afirman que casi siempre y un 10% manifiesta que muy pocas veces los empresarios toman medidas para brindar un servicio de calidad en los hoteles. La figura representa las respuestas tomadas en un cuestionario a los representantes de las 10 mypes del rubro hoteles.

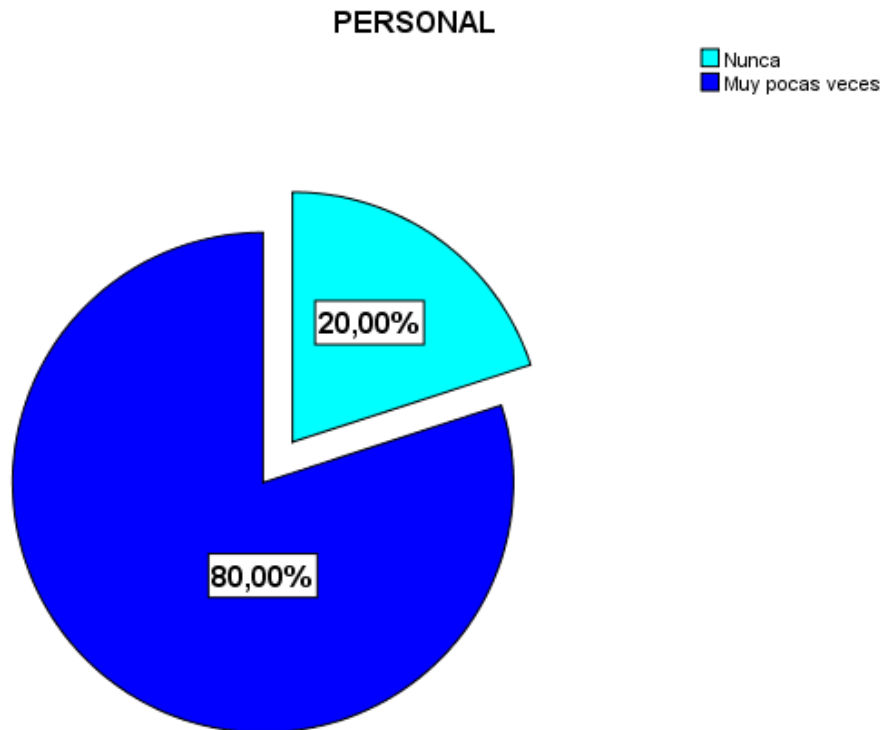
Tabla 4: Tabla de frecuencia de la dimensión personal.

PERSONAL

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Nunca	2	20,0	20,0	20,0
	Muy pocas veces	8	80,0	80,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta

Con la necesidad de visualizarlos %s de forma gráfica se presentan las figuras a continuación para su análisis.



Fuente: Tabla de frecuencias 4

Figura 2: Representación gráfica de la dimensión personal.

Interpretación:

En la Figura 2, podemos apreciar el resultado perteneciente a la dimensión personal cuyos %s se distribuyen en un 80% de propietarios de Mypes del rubro hotelero que afirman que muy pocas veces es toman en cuenta el aspecto del personal para brindar un buen servicio en sus empresas y un 20% manifiesta que nunca los empresarios toman medidas respecto a su personal. La figura representa

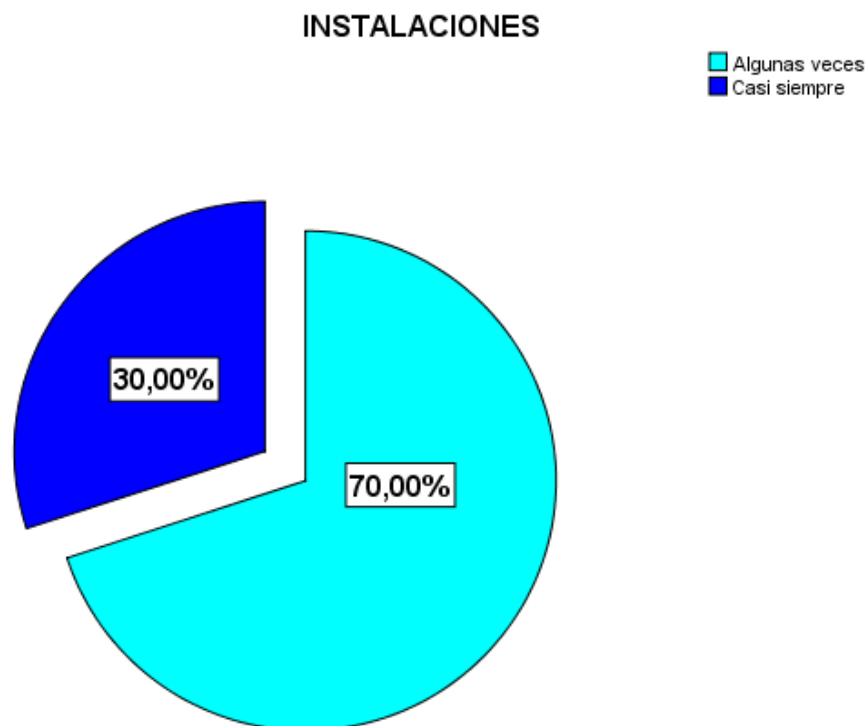
las respuestas tomadas en un cuestionario a los representantes de las 10 mypes del rubro hoteles.

Tabla 5: Tabla de frecuencia de la dimensión instalaciones.

<i>INSTALACIONES</i>					
		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Algunas veces	7	70,0	70,0	70,0
	Casi siempre	3	30,0	30,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta

Con la necesidad de visualizarlos %s de forma gráfica se presentan las figuras a continuación para su análisis.



Fuente: Tabla de frecuencias 5

Figura 3: Representación gráfica de la dimensión instalaciones.

Interpretación:

En la Figura 3 podemos apreciar el resultado perteneciente a la dimensión instalaciones cuyos %s se distribuyen en un 70% de propietarios de Mypes del rubro hotelero que afirman que algunas veces toman en cuenta el aspecto de sus instalaciones para brindar un buen servicio en sus empresas y un 30% manifiesta que casi siempre los empresarios toman en cuenta la apariencia de sus instalaciones. La figura representa las respuestas tomadas en un cuestionario a los representantes de las 10 mypes del rubro hoteles.

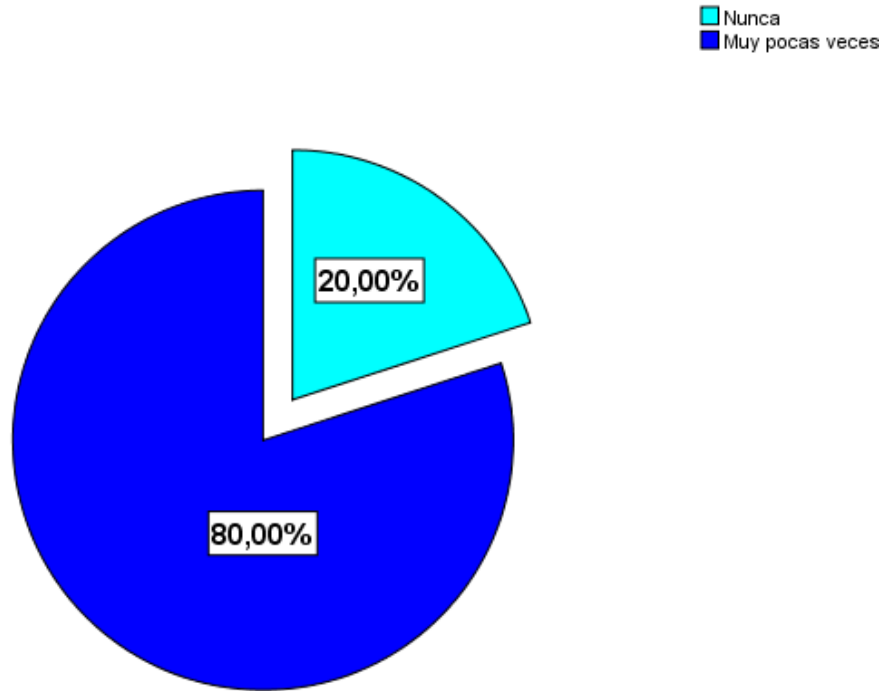
Tabla 6: Tabla de frecuencia de la dimensión organización.

<i>ORGANIZACIÓN</i>		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Nunca	2	20,0	20,0	20,0
	Muy pocas veces	8	80,0	80,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta

Con la necesidad de visualizarlos %s de forma gráfica se presentan las figuras a continuación para su análisis.

ORGANIZACIÓN



Fuente: Tabla de frecuencias 6

Figura 4: Representación gráfica de la dimensión organización.

Interpretación:

En la Figura 4 podemos apreciar el resultado perteneciente a la dimensión organización cuyos %s se distribuyen en un 80% de propietarios de Mypes del rubro hotelero que afirman que muy pocas veces toman en cuenta aspectos de organización para brindar un buen servicio en sus empresas y un 20% manifiesta que nunca los empresarios toman medidas organizativas para brindar un servicio de calidad en los hoteles. La figura representa las respuestas tomadas en un cuestionario a los representantes de las 10 mypes del rubro hoteles.

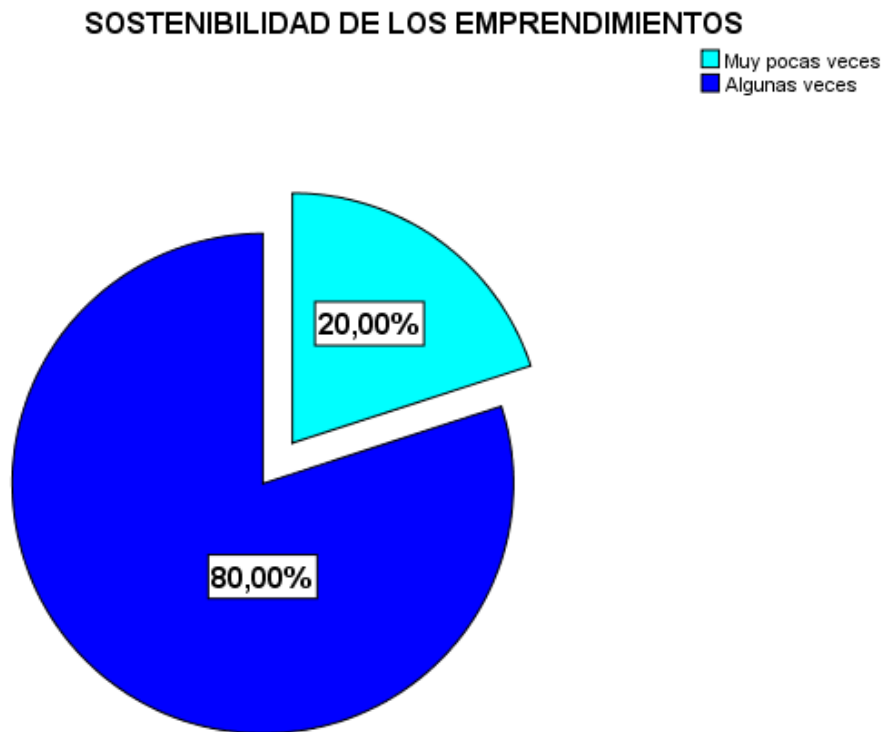
Tabla 7: Tabla de frecuencia de la variable sostenibilidad de los emprendimientos.

<u>SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS</u>					
		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
<u>Válido</u>	Muy pocas veces	2	20,0	20,0	20,0

Algunas veces	8	80,0	80,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta

Con la necesidad de visualizarlos %s de forma gráfica se presentan las figuras a continuación para su análisis.



Fuente: Tabla de frecuencias 7

Figura 5: Representación gráfica de la variable sostenibilidad de los emprendimientos.

Interpretación:

En la Figura 5 podemos apreciar el resultado perteneciente a la variable Sostenibilidad de los emprendimientos cuyos %s se distribuyen en un 80% de propietarios de Mypes del rubro hotelero que afirman que algunas veces se preocupan por la sostenibilidad de sus empresas en el tiempo y el 20% de empresarios manifiesta que muy pocas veces se busca garantizar el éxito de las

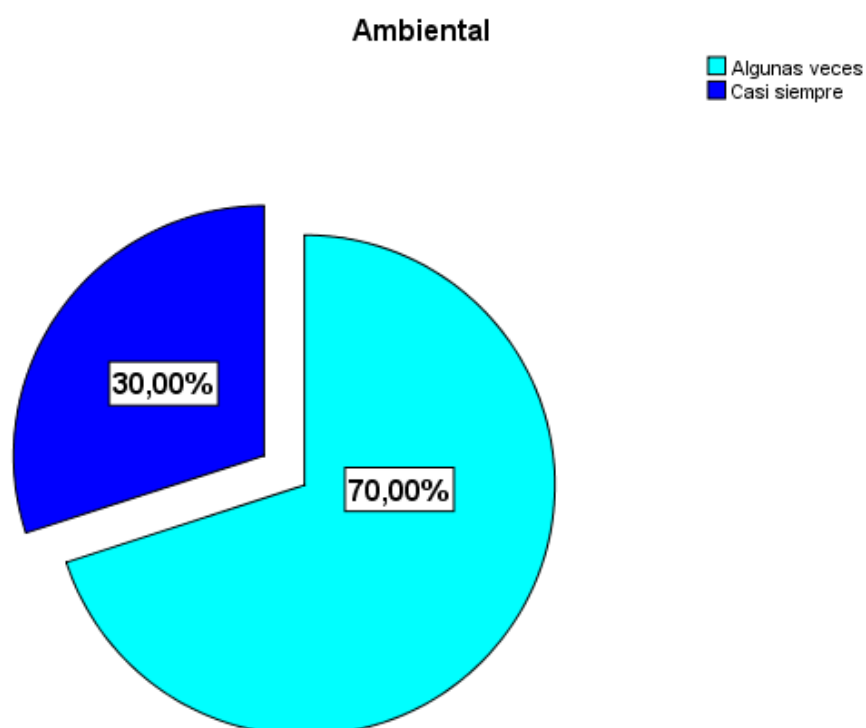
empresas en un largo plazo. La figura representa las respuestas tomadas en un cuestionario a los representantes de las 10 mypes del rubro hoteles.

Tabla 8: Tabla de frecuencia de la dimensión Ambiental.

<i>Ambiental</i>		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Algunas veces	7	70,0	70,0	70,0
	Casi siempre	3	30,0	30,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta

Con la necesidad de visualizarlos %s de forma gráfica se presentan las figuras a continuación para su análisis.



Fuente: Tabla de frecuencias 8

Figura 6: Representación gráfica de la dimensión Ambiental.

Interpretación:

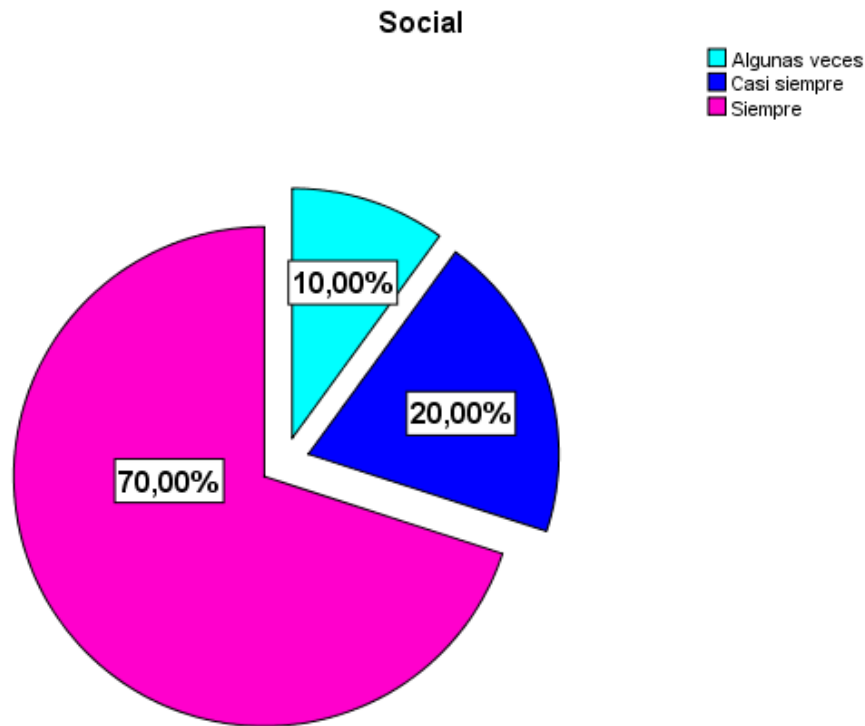
En la Figura 6 podemos apreciar el resultado perteneciente a la dimensión Ambiental cuyos %s se distribuyen en un 70% de propietarios de Mypes del rubro hotelero que afirman que algunas veces se preocupan por la sostenibilidad ambiental en sus empresas y el 30% de empresarios manifiesta que casi siempre se busca conservar el medio ambiente. La figura representa las respuestas tomadas en un cuestionario a los representantes de las 10 mypes del rubro hoteles.

Tabla 9: Tabla de frecuencia de la dimensión social.

<i>Social</i>		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Algunas veces	1	10,0	10,0	10,0
	Casi siempre	2	20,0	20,0	30,0
	Siempre	7	70,0	70,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta

Con la necesidad de visualizarlos %s de forma gráfica se presentan las figuras a continuación para su análisis.



Fuente: Tabla de frecuencias 9

Figura 7: Representación gráfica de la dimensión social.

Interpretación:

En la Figura 7 podemos apreciar el resultado perteneciente a la dimensión social cuyos %s se distribuyen en un 70% de propietarios de Mypes del rubro hotelero que afirman que siempre toman en cuenta la rentabilidad social de sus empresas en el tiempo, el 20% de ellos afirma que casi siempre y el 10% de empresarios manifiesta que algunas veces se busca garantizar el éxito de las empresas mediante el aspecto de la rentabilidad social. La figura representa las respuestas tomadas en un cuestionario a los representantes de las 10 mypes del rubro hoteles.

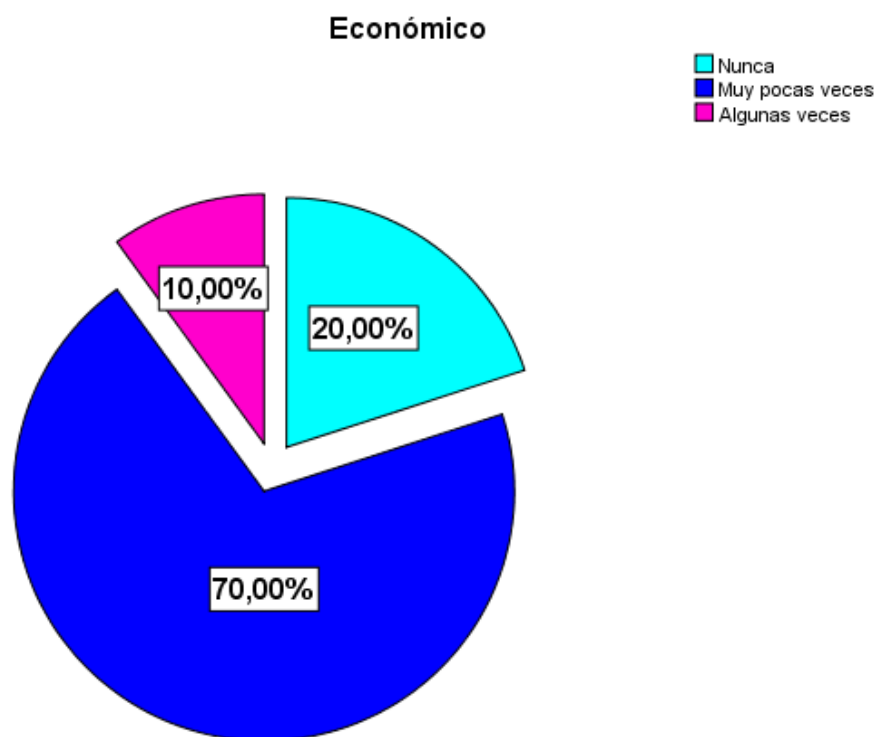
Tabla 10: Tabla de frecuencia de la dimensión Económico.

<i>Económico</i>		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Nunca	2	20,0	20,0	20,0

Muy pocas veces	7	70,0	70,0	90,0
Algunas veces	1	10,0	10,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta

Con la necesidad de visualizarlos %s de forma gráfica se presentan las figuras a continuación para su análisis.



Fuente: Tabla de frecuencias 10

Figura 8: Representación gráfica de la dimensión Económico.

Interpretación:

En la Figura 8 podemos apreciar el resultado perteneciente a la dimensión Económico cuyos %s se distribuyen en un 70% de propietarios de Mypes del rubro hotelero que afirman que muy pocas veces se preocupan por la rentabilidad económica de sus empresas, un 20% de ellos afirman que nunca y el 10% de empresarios manifiesta que algunas veces se busca garantizar el éxito de las

empresas a partir de la rentabilidad económica. La figura representa las respuestas tomadas en un cuestionario a los representantes de las 10 mypes del rubro hoteles.

5.2 Análisis de resultados

5.2.1 Variable: Calidad del servicio

Respecto al resultado perteneciente a la variable Calidad del servicio un 60% de propietarios de Mypes del rubro hotelero que afirman que algunas veces toman en cuenta herramientas de la calidad de servicio para brindar un buen servicio en sus empresas, el 30% de empresarios afirman que casi siempre y un 10% manifiesta que muy pocas veces los empresarios toman medidas para brindar un servicio de calidad en los hoteles.

Al respecto Ríos & Santomá, (2008) manifiestan que la calidad del servicio apunta que la calidad de los servicios debe ser contemplada desde la óptica de los clientes indicando que es el resultado de un proceso de evaluación, donde el consumidor compara sus expectativas con la percepción del servicio que ha recibido.

EL resultado tiene similitud con lo hallado por Rollano (2017). En el que encontró respecto a la calidad de servicios con un 51.5% algunas veces aseguran el desempeño laboral de los trabajadores del Hotel Royal Inka Pisac para asegura una buena calidad del servicio.

Resultado que guarda relación con la de Panduro (2019). Encontrado en sus resultados, respecto al servicio de calidad se observó que están posesionados más de 10 años en el mercado teniendo un nombre y servicio establecido, concluyendo que cumplen a cabalidad el planeamiento gracias a ello reducirán riesgos haciéndolo factible y permanente en el mercado,

organizando al personal mediante áreas funcionales que desarrollaran actividades propias que ayudaran a alcanzar los objetivos y metas trazadas.

5.2.2 Variable: Sostenibilidad de los emprendimientos

Respecto al resultado perteneciente a la variable Sostenibilidad de los emprendimientos un 80% de propietarios de Mypes del rubro hotelero que afirman que algunas veces se preocupan por la sostenibilidad de sus empresas en el tiempo y el 20% de empresarios manifiesta que muy pocas veces se busca garantizar el éxito de las empresas en un largo plazo.

Al respecto Elkington, (1994) define a la sostenibilidad de los emprendimientos como la acción de buscar garantizar el éxito comercial a largo plazo, aportar al desarrollo económico y social, y preservar el medio ambiente.

Resultado que permite contrastar positivamente con la de Palma (2019) El que en su resultado encontró que un 67% manifiesta que algunas veces la empresa se preocupa por la sostenibilidad, el 33% de mypes manifiesta que muy pocas veces lo hace. Y por último, sobre si la empresa ejecuta las normas de protección del medio ambiente se puede decir que 75% algunas veces lo hace. Se pudo concluir que para la mayoría de mypes la sostenibilidad económica tiene mucha relevancia, pero dejan de lado lo social y ambiental. Por tal motivo se realizó una propuesta de mejora de los factores relevantes de capacitación al personal para la sostenibilidad de los emprendimientos.

De igual manera guarda relación con la investigación de Silva (2021) Encontrando que el 40% muy pocas veces planifica actividades de

responsabilidad social; por último, el 45% casi siempre aplica normas ambientales. Concluyendo que el branding es uno de los métodos de asegurar la sostenibilidad de las empresas en el tiempo.

VI. Conclusiones

Respecto al objetivo general: Se propuso mejoras de calidad del servicio como factor relevante para sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del sector servicio, rubro hoteles del distrito de Pichanaqui, Junín 2021.

Objetivo específico 1: Concluimos con la identificación de los factores relevantes de calidad del servicio los mismos que serán de vital importancia para gestionar de manera organizada y optimizada el proceso de los servicios con calidad. La identificación de los factores permite el desarrollo individual de cada componente y capacitarse al personal de acuerdo a sus deficiencias.

Objetivo específico 2: Concluimos describiendo los factores que destacan respecto a la variable calidad del servicio siendo:

- Personal: Disposición a ayudar a los clientes, preocupación por resolver los problemas de los clientes.
- Instalaciones: Instalaciones agradables, conservación de las dependencias y equipamiento del edificio e instalaciones confortables.
- Organización: Facilidad de conseguir información de los diferentes servicios, discrecionalidad y respeto hacia la intimidad del cliente

Objetivo específico 3: De acuerdo al objetivo específico se elaboró una propuesta de mejora de calidad del servicio como factor relevante para sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del sector servicio, rubro hoteles del distrito de Pichanaqui, Junín 2021, se puso de conocimiento los componentes de la calidad del servicio y los puntos importantes que contribuirán con el proceso de las ventas mejorándola y generando rentabilidad sostenible para la empresa.

Recomendaciones

A continuación, se presentan recomendaciones para futuras investigaciones que se añadirán para seguir desarrollándolos; y además propuestas para los hoteles del distrito.

La exploración debería extenderse a un mayor número de encuestados para adquirir resultados que expresen una precisión más destacada, ya que cuanto mayor sea el número de ejemplos, más objetivo será la investigación y más exactos serán los resultados.

Adecuar la propuesta de mejora al modelo o tipo, la clasificación o el tamaño de la organización a la que se coordina la exploración. Asimismo, el modelo teórico utilizado tiene en cuenta la fusión de diferentes cosas que ayudan a trabajar en la investigación según la idea de la organización a contemplar.

Los hoteles de Pichanaqui, a pesar de tener un alto reconocimiento en la asistencia que ofrece, un marcador no del todo bueno, como se muestra en los resultados, son las oficinas que tiene, y a pesar de que no han impactado esencialmente en la percepción del cliente, consolidar nuevas medidas en ellas, por ejemplo, mejorar, redimensionar, amenizar, etc., será útil para la empresa.

De igual manera, se sugiere que las empresas, resguarden las normas de los espacios que impactan directamente en la administración del hotel, como son la recolección, el cuidado de los ambientes, la atención, etc. que le permitan reconocerse como un hotel que ofrece un servicio de calidad suficiente, y proceda con la búsqueda constante de mejorar su administración y en consecuencia sumar a la satisfacción personal de su entorno social.

Referencias bibliográficas

- Abadi, M. (2004). *Administración General: Calidad de Servicio*. Facultad deficiencias económicas Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Alcalde Echegaray, N. R. (2019). *Análisis del nivel de satisfacción del cliente en el área de banquetes del Hotel Westin*.
- Alpiste, Carpio y Abad. (2015). *Análisis de la situación financiera y operativa y propuestas para mejorar la gestión del Hotel Inkallpa*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Lima.
- Antón, J. M. R., Almeida, M. D. M. A., Andrada, L. R., Alberdi, C. E., Castilla, J. I. M., Conde, S. G., ... & Valido-Vieg, F. M. (2008). *Estudio de las políticas de calidad aplicadas al sector turismo: Un análisis de las mejores prácticas en España y México*. Vision Libros.
- Aranda, M. F., & González, G. B. (2018). *Calidad del servicio en el proceso alimentos y bebidas de un hotel en Ecuador*. *ECA Sinergia*, 9(2), 80-90.
- Ayala, F., & Gricelda, C. (2018). *Modelo de gestión sobre la calidad del servicio hotelero en el cantón Playas, provincia del Guayas, caso: Ashotplayas* (Bachelor's thesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2018.).
- Barreto Noriega, S., Collantes Odar, I., Garland Ponce, M., & Rodríguez Guzmán, E. (2017). *Planeamiento estratégico para el sector turismo en el Perú*.
- Bazan Tirado, C. D. R., & Vidal Barahona, L. A. (2020). *Medidas para afrontar la crisis sanitaria generada por la Covid-19 en hoteles de 3 estrellas–Trujillo, 2020*.
- Bondarenko Pisemskaya, N. (2007). *Acerca de las definiciones de la calidad de la educación*. *Educere*, 11(39), 613-621.
- Bravo Medrano, D. G., & Sulla Huamán, L. L. (2019). *Evaluación de la calidad de servicio desde la percepción de satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Satipo 2017*.

- Caldas Barrueto, C. V., Ojeda Bustos, T., Parapar Canta, M. A., Pareja Silva Santisteban, G. L., & Saldivar Gonzáles, G. V. (2020). Plan estratégico para un hotel tres estrellas en la ciudad de Arequipa.
- Cano, C. G. (2006). Después del TLC, ¿ que? (pp. 16-17). Intermedio.
- Carvajal Quisilema, L. E. (2019). Plan de mejora de calidad en el servicio de A&B del piso ejecutivo del hotel Wyndham Quito Airport, ubicado en la parroquia de Tababela.
- Collados, L. (2017). HOTELQUAL: La gestión de la calidad en Hoteles. Obtenido de <https://revistadigital.inesem.es/gestion-empresarial/hotelqual-calidad-hotelera/>
- Cortés Mura, H. G., & Peña Reyes, J. I. (2015). De la sostenibilidad a la sustentabilidad. Modelo de desarrollo sustentable para su implementación en políticas y proyectos. Revista EAN, (78), 40-55.
- Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of marketing*, 56(3), 55-68.
- CROSBY, P (1979). La calidad no cuesta. El arte de cerciorarse de la calidad. Compañía Editorial Continental, S.A.
- Deming, W. E. (1950). Calidad, productividad y competitividad: la salida de la crisis. Ediciones Díaz de Santos.
- Elkington, J. (1994). Towards the sustainable corporation: Win-win-win business strategies for sustainable development. *California management review*, 36(2), 90-100.
- Fernández, S. F., Sánchez, J. M. C., Córdoba, A., & Largo, A. C. (2002). Estadística descriptiva. Esic Editorial.
- Flores Baldarrago, R. (2017). Calidad de servicio al cliente en el Hotel en el Distrito de Miraflores, 2017.

- Fuentes, M. D. M. F., & Torres, N. E. H. (2002). Variables críticas en la medición del desempeño en empresas con implantación de la gestión de la calidad total. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 8(2), 87-102.
- García Pérez, R. (2018). Procedimiento para la gestión de la calidad en la promoción online de los servicios hoteleros (Bachelor's thesis, Universidad de Holguín, Facultad de Ciencias Empresariales y Administración, Departamento de Ingeniería Industrial).
- Gerber, M. E. (1997). *Mito del Emprendedor*. Paidós Iberica, Ediciones S. A..
- Gonzales, A., Oseda, J. Ramírez, F. y Gave, J. L. (2014) ¿Cómo aprender y enseñar investigación científica? Huancayo Perú. Editorial Soluciones Gráficas SAC
- Hernández Sampieri, R. (2003). Fernández Collado, Carlos. Baptista Lucio, Pilar. *Metodología de la Investigación*, 2.
- Hernandez Vasquez, E. (2018). *Calidad de servicio en el Hotel Miraflores Suites Centro en Lima, desde la percepción de los huéspedes*, 2017.
- Holguín, M. M. (2012). *Fundamentos de marketing*. Ecoe ediciones.
- Jones, G. R. (2008). *Teoría organizacional*. Pearson Educación.
- JURAN, J (1951). *Quality-Control Handbook*. McGraw Hill. New York
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control (Vol. 9)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice hall.
- Loreña Quinto, D. J. (2019). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el restaurant-hotel el Bambu del distrito de Pichanaki*, 2019.
- M. E. F (2020). PERÚ Ministerio de Economía y Finanzas.
- Machado, A. M. (1999). *La gestión de calidad total en la administración pública*. Ediciones Díaz de Santos.
- Mares-Ruiz, C. (2013). *Las micro y pequeñas empresas en el Perú*.
- Martínez, J. A. G. (2015). *Guía para la aplicación de UNE-EN ISO 9001: 2015*. AENOR.

- Molina Huaccache, R. C. (2018). Nivel de calidad del servicio desde la percepción de los clientes del hotel Llaqta, distrito de Miraflores, lima, 2018.
- Montes, F. J. L. (1995). Un análisis de la importancia relativa que tienen las dimensiones de la calidad de servicio en la percepción del cliente. Cuadernos de Ciencias Económicas y Empresariales, 29, 35-45.
- Morillo, M. (2009). La calidad en el servicio y la satisfacción del usuario en instituciones financieras del municipio Libertador del estado de Mérida. Economía Enero – Julio. Recuperado de: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/30308/1/articulo9.pdf>.
- Orellana López, D. M., & Sánchez Gómez, M. (2006). Técnicas de recolección de datos en entornos virtuales más usadas en la investigación cualitativa.
- Panduro Lima, J. A. (2019). Gestión de calidad y eficacia de los procesos administrativos en las mypes del sector servicio, rubro hoteles ecológicos, región Ucayali, año 2019.
- Parasuraman, A, Zeithaml, V y Berry, L. (1992). Calidad en la Gestión del Servicio: Cómo lograr equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores.
- Peciña Rando, R. (2019). La gestión de la empresa familiar: Influencia del CEO y diferencias intergeneracionales. Cuadernos prácticos de empresa familiar, 2019, vol. 6, núm. 1, p. 15-42.
- Peñaherrera Veloz, I. (2019). Evaluación de la calidad de los servicios. Un caso de estudio en una Universidad Ecuatoriana.
- Perez Villena, E. V. (2017). Demanda de turistas Backpacker y calidad de servicio en los hoteles en el Centro Histórico de la ciudad del Cusco.
- R. A. E (2019). Glosario de términos gramaticales (Vol. 44). Ediciones Universidad de Salamanca.
- Rios, J., & Santomà Vicens, R. (2008). Calidad de Servicio en la Industria Hotelera desde la perspectiva del SERVQUAL. Management & Empresa, 2008, p. 1-12.

- Rivero, D. (2013). Metodología de la Investigación.
- Rodríguez Conde, M. J. (2011). La garantía de la calidad, base de la movilidad. REDU. Revista de Docencia Universitaria, 9(3), 99-117.
- Rollano Málaga, G. E. (2017). Calidad de los servicios y desempeño laboral de los trabajadores en el Hotel Royal Inka Pisac-I semestre Cusco 2016.
- Roncal Capcha, N. M. (2020) Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la micro y pequeña empresa San Isidro fial SRL Satipo, 2020.
- Palma, J. (2020). Propuesta de mejora de la capacitación del personal como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, en la avenida los postes de la urbanización san Hilarión, distrito de San Juan de Lurigancho, 2019 (Doctoral dissertation, tesis Licenciado en Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. Repositorio Institucional ULADECH CATOLICA. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/18444>).
- Silva Hidalgo, S. P. (2021) Propuesta de mejora de branding como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boticas, del distrito de Huánuco, 2021.
- Saez Villanueva, N. M., & Aguirre Ruiz, J. (2019). Calidad del Servicio Eléctrico y la Satisfacción de los Clientes en Electrocentro SA Satipo 2017.
- Sandhusen, R. L. (2002). Mercadotecnia/por Richard L. Sandhusen (No. 658.8 S35y.).
- Schettini, P., & Cortazzo, I. (2015). Análisis de datos cualitativos en la investigación social. Editorial de la Universidad Nacional de La Plata (EDULP).
- Tschohl, J. (2008). Cómo conservar clientes con un buen servicio. Editorial Pax México.
- ULADECH, R. (2021). Código de ética para la investigación. Chimbote, La Libertad, Perú: ULADECH.

- Veillard Pastor, I. E. (2016). Análisis económico financiero de la cadena hotelera" Hoteles Santos" (Doctoral dissertation, Universitat Politècnica de València).
- Williams, (2003). ¿Qué son las Hipótesis en la Investigación Cuantitativa? Vida Científica Boletín Científico de la Escuela Preparatoria No. 4, 8(15), 25-26.

Anexos

Anexo 1: Cronograma de actividades

		CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES															
N°	Actividades	Año 2021															
		Julio				Agosto				Setiembre				Octubre			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	■	■														
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		■	■													
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			■	■												
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación				■												
5	Mejora del marco teórico					■	■										
6	Redacción de la revisión de la literatura.						■	■									
7	Elaboración del consentimiento informado (*)								■								
8	Ejecución de la metodología								■								
9	Resultados de la investigación									■	■						
10	Conclusiones y recomendaciones											■					
11	Redacción del informe final de Investigación.												■				
12	PREBANCA													■			
13	Levantamiento de observaciones de los jurados														■		
14	Sustentación de tesis															■	
15	Cierre de taller																■

Anexo 2: Presupuesto

DESCRIPCION	CANTIDAD	Costo Unitario S/.	COSTO TOTAL S/.
Equipos			
-Laptop	01	1500.00	1,500.00
-Usb	01	15.00	15.00
Subtotal			1,515.00
Materiales			
-Lapiceros y lápices	10	1.00	10.00
-Papeles boom	1 Millar	25.00	25.00
-Hojas cuadriculadas	100 hojas cuadriculadas	0.10	10.00
-Impresión espiralados	400	0.50	200.00
- Libros electrónicos compra	10	4.00	40.00
-Internet	60 horas	1.00	60.00
-Copias y escaneos	100	0.10	10.00
Subtotal			355.00
Servicios			
Transporte/ Comida	50 veces	10.00	500.00
-Movilidad	10 veces	2.00	20.00
-Almuerzo	10 veces	8.00	80.00
-Desayuno	10 veces	8.00	80.00
-Cena	10 veces	5.00	50.00
Subtotal			730.00
TOTAL			2,600.00

Anexo 3: Instrumento de recolección de datos

INSTRUMENTO

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS CUESTIONARIO SOBRE CALIDAD DE SERVICIO

ESTIMADO COLABORADOR:

La presente encuesta pretende recoger tu opinión sobre la Calidad de servicio. Por favor, contesta sinceramente a las siguientes preguntas y aseveraciones porque tus respuestas no tendrán un efecto ni positivo ni negativo en tu situación laboral.

Fecha: ___ / ___ / ___

Sexo: Femenino () Masculino ()

Ocupación: Auxiliar Administrativo () Técnico Administrativo () Profesional Especialista () Funcionario ()

Grado de estudio: Secundaria () Superior Técnica () Superior Universitaria () Post. Grado ()

Instrucciones: De acuerdo a las escalas marque con una “X” solo el número que mejor describa su experiencia en cada una de las preguntas. El significado de cada número es el siguiente.

5 = Siempre 4 = Casi siempre 3 = A veces 2 = Casi nunca 1 = Nunca

PREGUNTAS

Variable 1: CALIDAD DEL SERVICIO

Nº	ITEM	1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre
	DIMENSION: PERSONAL	1	2	3	4	5
1	La Empresa tiene personal que está dispuesto a ayudar a los clientes.					
2	La Empresa tiene personal que se preocupa por resolver los problemas de los clientes.					
3	La Empresa tiene personal que conoce y se esfuerza por conocer las necesidades de los clientes.					
4	La Empresa tiene personal que es competente y profesional.					
5	La Empresa tiene personal que tiene disponibilidad para proporcionar la información cuando el cliente los necesita.					
6	La Empresa tiene personal que es confiable.					
7	La Empresa tiene personal que ofrece un aspecto limpio y aseado.					
	DIMENSION: INSTALACIONES	1	2	3	4	5
8	La empresa ofrece instalaciones que resultan agradables.					
9	La empresa ofrece dependencias y equipamiento que están bien conservados.					

10	La empresa ofrece las instalaciones confortables y acogedoras.					
11	La empresa ofrece instalaciones seguras.					
12	La empresa ofrece las instalaciones limpias.					
	DIMENSION: ORGANIZACIÓN	1	2	3	4	5
13	La empresa ofrece información de los diferentes servicios.					
14	La empresa actúa con discreción y respeto hacia la intimidad del cliente.					
15	La empresa ofrece un personal a disposición del cliente para cualquier problema que pueda seguir.					
16	La empresa ofrece con rapidez los servicios.					
17	La empresa ofrece protege los datos y la información sobre la estancia del cliente.					
18	La empresa ofrece resuelve los problemas del cliente con eficacia.					
19	La empresa ofrece siente la importante el cliente.					
20	La empresa ofrece el servicio según lo pactado con el cliente.					

Variable 2: SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS

Nº	D1: Ambiental	1	2	3	4	5
1	La empresa aplica normas ambientales					
2	La empresa tiene señalizada sus lugares de acopio de residuos sólidos.					
3	La empresa aporta a la reducción de residuos solidos					
Nº	D2: Social	1	2	3	4	5
4	La empresa brinda bienestar colectivo a los colaboradores y trabajadores					
5	La empresa planifica actividades de responsabilidad con la sociedad dentro y fuera de la empresa.					
6	La empresa toma conciencia de su desarrollo sostenible					
Nº	D3: Económico	1	2	3	4	5
7	La empresa practica la innovación económica y financiera de manera continua					
8	La empresa desarrolla políticas constantes respecto al aspecto económico de rentabilidad y sostenibilidad.					
9	La empresa se preocupa por la mejora de la productividad y competitividad.					

Anexo 4: Consentimiento informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO

La presente información es conducida por..... de la Universidad El objetivo de este estudio es

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder algunas preguntas de un cuestionario. Esto tomará aproximadamente 30 minutos de su tiempo.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La Información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas.

Si tienes alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la participación del mismo le parece incómoda, tiene usted el derecho de hacerlo saber al investigador.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación. He sido informado (a) de todo lo necesario.

Nombre completo del participante

DNI N°:

CARGO:

Anexo 5: Directorio de mypes

N ^o	RUC	NOMBRE COMERCIAL	DIRECCION	DISTRIT		
1	10205406200	ROJAS DE RAMÍREZ, Marcelina Nicolaza	HOSPEDAJE PAQUINITO	Av. Marginal N° 394	Pichanaqui	
2	10205399904	GONZALÓN GONZALES, Isabel	HOSPEDAJE SANTA ISABEL	Av. Micaela Bastidas N° 271	Pichanaqui	
3	15121722655	SUC.INDIV.GÓ MEZ CANO LUIS ABRAHAM	HOSPEDAJE SELVA CENTRAL	Artica Vda.de Gómez, Mercedes	Av. Micael Bastidas N° 394	Pichanaqui
4	10066555521	VILLARREAL PAREDES DE SÁNCHEZ, Consuelo Melva	HOSTAL VILLARREAL	Av. Marginal N° 225	Pichanaqui	
5	10408970909	CAHUANA SOTO, Fortunato Félix	HOSPEDAJE LAS AMERICAS	A.V.Chang - Psje Los Pioneros Mz A Lt.11	Pichanaqui	
6	20568643268	RAINROMA INVERSIONES SAC	HOTEL PLASENCIA/ HOSPEDAJE Y RESTAURANT RAINROMA	Medina Ordóñez, Marina	Jr. 9 de Diciembre N° 611	Pichanaqui
7	10107347955	PAMACHAHUA GALINDO DELIA	HOTEL VADARIA	Av. Magrinal Mz - A Lt. 07	Pichanaqui	
8	10093665584	ROBLADILLO ARIAS FREDDY ARMANDO	HOTEL ZAFIRO	Jr. Miguel Grau N°. 368	Pichanaqui	
9	20568787774	CONFORT M M SAC	HOTEL CONFORT	Carretera Marginal Km. 73	Pichanaqui	
10	20602572642	INVERSIONES T&H ORBIS SAC	HOSPEDAJE ORBIS	Pecho Camarena Salomón Levi	Jr. 09 de Diciembre N°. 752	Pichanaqui

Fuente: Elaboración propia del trabajo de campo.

Anexo 6: Propuesta de mejora

PROPUESTA DE MEJORA CALIDAD DEL SERVICIO

Propuesta de mejora de la calidad del servicio como factor relevante para sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del sector servicio, rubro hoteles del distrito Pichanaqui, Junín 2021

Objetivos:

- Proponer mejoras respecto al Personal
- Proponer mejoras respecto a las Instalaciones
- Proponer mejoras respecto a la Organización

Consideraciones:

Personal

- Disposición a ayudar a los clientes
- Preocupación por resolver los problemas de los clientes
- Conocimiento y esfuerzo por conocer las necesidades de cada cliente
- Competencia y profesionalismo
- Disponibilidad para proporcionar la información cuando el Cliente los necesita
- Confiabilidad
- Aspecto limpio y aseado

Instalaciones

- Instalaciones agradables
- Conservación de las dependencias y equipamiento del edificio
- Instalaciones confortables
- Seguridad de las instalaciones

- Limpieza de las instalaciones

Organización

- Facilidad de conseguir información de los diferentes servicios
- Discrecionalidad y respeto hacia la intimidad del cliente
- Disposición del personal de discreción
- Rapidez de funcionamiento de los servicios
- Información precisa al cliente
- Resolución de problemas con eficacia
- Importancia al cliente
- Prestación de servicio

PLAN DE MEJORA

FACTORES RELEVANTES	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	AREAS DE IMPACTO	RESPONSABLE DE LA TAREA	TIEMPO	RECURSOS NECESARIOS	PRESUPUESTO	INDICADOR	RESPONSABLE DE SEGUIMIENTO
Personal	Buscar que el cliente perciba de la administración, una confianza y predisposición de ayudarlo poniendo de manifiesto las habilidades del personal para conocer las necesidades del cliente.	Administración y Atención al cliente	Personal de la empresa	Permanente	Representante y personal de la empresa	Uniformes, capacitación y contrato de personal calificados/2000.00	<ul style="list-style-type: none"> • Disposición a ayudar a los clientes • Preocupación por resolver los problemas de los clientes • Conocimiento y esfuerzo por conocer las necesidades de cada cliente • Competencia y profesionalismo • Disponibilidad para proporcionar la información cuando el Cliente los necesita • Confiabilidad • Aspecto limpio y aseado 	Dueño, administrador o representante de la empresa
Instalaciones	El funcionamiento ideal de las oficinas debe asegurar la disposición de la atención en buenas condiciones, y que inspire confianza y seguridad con el fin de hacer sentir cómodo al cliente.	Administración y Atención al cliente	Representante y personal	Permanente	Representante y personal de la empresa	Mejora del aspecto del local y equipos s/3000.00	<ul style="list-style-type: none"> • Instalaciones agradables • Conservación de las dependencias y equipamiento del edificio • Instalaciones confortables • Seguridad de las instalaciones • Limpieza de las instalaciones 	Dueño, administrador o representante de la empresa
Organización	Tomar en consideración una organización personal, materiales y componentes innovadores, en el que cada uno desempeñe su labor y trabajos asignados de manera eficiente.	Administración y Atención al cliente	Representante y personal	Permanente	Representante y personal de la empresa	Capacitación de organización S/500.00	<ul style="list-style-type: none"> • Facilidad de conseguir información de los diferentes servicios • Discrecionalidad y respeto hacia la intimidad del cliente • Disposición del personal de discreción • Rapidez de funcionamiento de los servicios • Información precisa al cliente • Resolución de problemas con eficacia • Importancia al cliente • Prestación de servicio 	Dueño, administrador o representante de la empresa