



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**CALIDAD DE SERVICIO DE LAS MYPES, SECTOR
SERVICIO, RUBRO HOTELES – CASO:
ARRENDAMIENTO INMOBILIARIO PUNTA SAL
BUNGALOWS - TUMBES, AÑO 2020.**

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

AUTOR

PAZO ECHE, KATHERINE ELIZABET

ORCID: 0000-0001-7534-3428

ASESOR

ESCOBEDO GALVEZ, JOSE FERNANDO

ORCID: 0000-0002-6443-1497

TUMBES – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Pazo Eche, Katherine Elizabet

ORCID: 0000-0001-7534-3428

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

ASESOR

Escobedo Gálvez, José Fernando

ORCID: 0000-0002-6443-1497

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de ciencias
contables financieras y Administración, Escuela Profesional de
Administración, Tumbes, Perú

JURADO

Guerrero García, Galvani

ORCID: 0000-0003-1038-1866

Aguilar Chuquizuta, Darwin Ebert

ORCID: 0000-0001-6721-620X

Villarreyes Guerra, Domingo Miguel

ORCID: 0000-0001-6769-1959

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

MGTR. GALVANI GUERRERO GARCÍA
PRESIDENTE

MGTR. DARWIN EBERT AGUILAR CHUQUIZUTA
MIEMBRO

MGTR. DOMINGO MIGUEL VILLARREYES GUERRA
MIEMBRO

MGTR. JOSÉ FERNANDO ESCOBEDO GÁLVEZ
ASESOR

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – ULADECH, filial Tumbes por formarnos como profesionales e incentivarnos a que logremos alcanzar nuestras aspiraciones en el ámbito de la carrera de Administración.

Al representante de arrendamiento inmobiliario Punta Sal Bungalows en el Distrito de Canoas de Punta Sal, por permitir que realice mi investigación, y ejecutar la aplicación de las encuestas sin ningún inconveniente.

Al Docente Mg. José Escobedo por ser nuestro asesor de nuestra investigación, por ser nuestro líder en la carrera profesional e impartirnos sus conocimientos y ser de mucha ayuda para poder concluir con éxito nuestra carrera.

DEDICATORIA

A Dios, por ser nuestro creador y padre celestial.

A mis padres por darme la vida y fortalecerme día a día para poder lograr mis metas y aspiraciones.

Y en especial a mi hijo, por ser quien comprendió mi ausencia para poder concluir mis estudios y estuvo fortaleciéndome y acompañándome día a día para poder lograrlo.

RESUMEN

El estudio tuvo por objetivo de investigación determinar el nivel de calidad de servicio de las MyPes, sector servicio, rubro Hoteles – Caso: Arrendamiento Inmobiliario Punta Sal Bungalows - Tumbes, año 2020. Con un problema de investigación: ¿Cuál es nivel de calidad de servicio de las MyPes, sector servicio, rubro Hoteles – Caso: Arrendamiento Inmobiliario Punta Sal Bungalows - Tumbes, año 2020? Con una metodología de investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental, con una población de 1 MyPes dedicada a los hoteles en Tumbes, 2020, y una muestra de 5 trabajadores del hotel, aplicando encuestas como instrumento de recolección de datos mediante utilización de la escala SERVQUALING; la cual presenta fiabilidad general tiene un Alfa de Cron Bach de 0.935, el cual consta de 22 preguntas y 5 dimensiones (*dimensión instalaciones = 5 preguntas; dimensión personal = 5 preguntas; dimensión satisfacción = 4 preguntas; dimensión servicios = 4 preguntas; y dimensión imagen = 4 preguntas*), las cuales tienen 5 opciones de respuesta en escala de Likert (1= muy malo, 2 = malo, 3 = regular, 4 = bueno, 5 = muy bueno), se concluyó que los trabajadores se sienten satisfechos en su centro de labores de acuerdo al vinculo que tienen con sus compañeros de trabajo.

Palabras claves: Satisfacción laboral y MyPes

ABSTRACT

The objective of the study was to determine the level of quality of service of the MyPes, service sector, category Hotels - Case: Punta Sal Bungalows Real Estate Leasing - Tumbes, year 2020. With a research problem: What is the quality level of MyPes service, service sector, Hotels category - Case: Punta Sal Bungalows Real Estate Leasing - Tumbes, year 2020? With a research methodology of quantitative type, descriptive level and non-experimental design, with a population of 1 MyPes dedicated to hotels in Tumbes, 2020, and a sample of 5 hotel workers, applying surveys as an instrument of data collection through use of the SERVQUALING scale; which presents general reliability has a Cron Bach Alpha of 0.935, which consists of 22 questions and 5 dimensions (facilities dimension = 5 questions; personal dimension = 5 questions; satisfaction dimension = 4 questions; services dimension = 4 questions; and dimension image = 4 questions), which have 5 response options on the Likert scale (1 = very bad, 2 = bad, 3 = fair, 4 = good, 5 = very good), it was concluded that the workers feel satisfied in their work center according to the bond they have with their coworkers.

Keywords: Job satisfaction and MyPes.

ÍNDICE

TÍTULO.....	i
EQUIPO DE TRABAJO	ii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
ÍNDICE.....	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	6
2.1. Antecedentes	6
2.1.1. Antecedentes internacionales	6
2.1.2. Antecedentes nacionales.....	8
2.1.3. Antecedentes locales.....	10
2.2.1. Calidad de servicio	14
2.2.2. MyPes	22
2.2.3. Trabajadores	23
2.2.4. Hotel	24
III. HIPÓTESIS	26
IV. METODOLOGÍA.....	27
4.1. Diseño de investigación	27
4.2. Población y muestra.....	27
4.3. Definición y operacionalización de variables	27
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	29
4.5. Plan de análisis.....	29
4.6. Matriz de consistencia	29
4.7. Principios éticos	32
V. RESULTADOS	33
5.1. Resultados	33
5.2. Análisis de resultados	40
5.2.1. Respecto a las características sociodemográficas de los trabajadores:.....	40
5.2.2. Respecto a las características las MyPes:	40

5.2.3. Respecto a las características de calidad de servicio:.....	40
VI. CONCLUSIONES.....	42
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	43
ANEXOS.....	46
Anexo 01: Encuesta	46
Anexo 02: Consentimiento informado	49
Anexo 03: Matriz de ítems	50
Anexo 04: Álbum de fotografías	51
Anexo 05: Turnitin	52

I. INTRODUCCIÓN

En los últimos años el sector turístico se ha convertido en un pilar fundamental del desarrollo social y económico de muchos países, influyendo de forma determinante en los cambios sociales, económicos y culturales que se están produciendo en la sociedad actualmente, particularmente en Cuba, esta actividad se ha convertido en uno de los primordiales sectores de la economía, avalado en los últimos años por un incremento sostenido mayor que la tasa promedio de la economía nacional, y con perspectiva de conservar a partir de la demanda potencial que existe. (Castellano, Hernandez, & Castellanos, 2014)

Lo que respecta en el sector turístico colombiano el cual avanzó de manera acelerada, generando empleos, aumento de turistas extranjeros, aumento de consumo interno, entrada de divisas y vinculación de otras actividades económicas que lo complementan aún más. Asimismo, el incremento que ha tenido el sector turístico desde el año 2004 hasta el 2015 en Colombia, convirtiéndose en una de las actividades más dinámica de la economía, donde las empresas prestadoras de este tipo de servicios se han interesado en su totalidad en mejorar la percepción de los clientes, y de esta manera puedan competir y mantenerse en el mercado. Para ello, establecieron estrategias de gestión con procesos detallados para mejorar la calidad turística que es indispensable en las actividades empresariales y se refiere al servicio aun mas, donde la calidad se mide desde la apreciación del cliente, es decir, se resume en la satisfacción y superación de las necesidades y exigencias que tenga el turista.(Castilla & Alarcon, 2017)

En Argentina, se han realizado importantes acciones tanto en el sector público como privado para promover una cultura de calidad y de mejora continua

que involucre todos los factores del sector turístico. Como se sabe existen lineamientos de trabajo bien delimitados entorno a los sistemas de gestión de calidad (SGC) y ciertos casos concretos de adhesión a la implementación y ejecución de alguna de las herramientas de Calidad Turística en el sistema argentino. Para lograr la satisfacción de los clientes, la calidad de los productos y servicios tienen que cumplir las expectativas de estos y sobre todo tener un valor sobresaliente, la cual se obtiene a través de mediciones inmutables y objetivas que permiten conocer lo que desean los clientes, y tener un conocimiento preciso del mercado (Joubert, 2014)

Así mismo, el turismo es el motor de la economía de Acapulco, pero las variables mejor evaluadas fueron los recursos humanos ya que la percepción estuvo por arriba de las expectativas, donde tienen como prioridad mejorar las instalaciones, y el equipamiento, pero que demuestra deficiente calidad de servicio, donde la competitividad en el mercado nacional e internacional va de manera decreciente, lo que explica en parte, la estancada ocupación promedio anual en los hoteles de Acapulco.

La Secretaría de Turismo (2012) reportó en el grupo de destinos de playa, al Puerto de Acapulco como primer lugar recibiendo a 4.7 millones de turistas de los cuales, el 97% es turismo nacional. Los Indicadores de ocupación hotelera, han permanecido arriba del 40 por ciento de ocupación promedio anual. Existe estudios a nivel nacional sobre la problemática del turismo de playa, pero en Acapulco no se tiene información concreta de la Calidad de Servicio en hospedaje, que sirva para dar alternativas de solución a este sector de desarrollo(Reyes, Guzman, & Morales, 2015).

En el Perú la industria hotelera se ha consolidado a lo largo de los últimos 10 diez años. En el año 2005 nuestro país tenía alrededor de una docena de marcas hoteleras internacionales, y para el año 2016 este número ya se ha duplicado. La industria hotelera nacional atravesó su período de mayor expansión a nivel histórico en la última década, según (Pajuelo, 2016)

Así mismo en nuestro país se está implementando el Plan Nacional de Calidad Turística del Perú (CALTUR), “que es un instrumento de gestión en la actividad turística, que delimita estrategias y líneas de acción en temas de calidad, con el propósito de catapultar al Perú como un destino global de calidad, logrando que sus destinos y productos brindados en cada uno de ellos, sean percibidos por sus visitantes como lugares de gran valor en todos sus elementos que lo componen (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú – MINCETUR, 2017).(Araujo, 2017)

Las pequeñas y medianas empresas, (Mypes), son relevantes y de mucha importancia para las economías nacionales, ya que, a través de sus aportaciones a la producción y distribución de bienes y servicios, y la flexibilidad de adaptarse a los cambios tecnológicos y ser gran potencial de generación de empleos, representan un excelente medio para promover el desarrollo económico y una mejor distribución de la riqueza.

A nivel internacional las mypes asumen en la contribución al ser las principales generadoras de empleo ya sea de manera directa o indirecta Ramírez. (Chiang, Gómez, & Salazar, 2014)

En Piura las MYPE del sector servicios - rubro hoteles no se preocupan en gestionar y brindar estándares de calidad o un buen servicio en comparación con

otras ciudades del país. El servicio de hospedaje que brindan las MYPE es regularmente mediano, donde muestran mayor interés en mejorar su infraestructura y equipamiento y dejan de lado en mejorar la calidad de sus servicios como el de invertir en capacitación de su personal, ya que ellos son los que tienen contacto directo con el cliente y en su mayoría de veces por falta de experiencia, capacitación, etc no cumplen con las exigencias de los turistas. (Arias-Muñoz, 2019).

La Región Tumbes; mantiene una planta turística en gran desarrollo; esparcida a lo largo del litoral que si bien es cierto ofrecen la comodidad, el confort, la atención esmerada; sin embargo, para ellos es importante conocer los parámetros de evaluación de la calidad del servicio y sobre todo las experiencias en los establecimientos de hospedaje que hacen que este sea diferenciado de la competencia.

En lo que respecta a los íconos más representativos e importantes de nuestro turismo convencional o de la playa preferida y más visitado por los turistas nacionales e internacionales es la de nuestra región, Es así que el turista que visita Canoas de Punta Sal en Tumbes, arriba a los Establecimientos Hoteleros de la zona, para recibir un servicio de calidad eficiente y eficaz; donde es imprescindible que el hotel tenga políticas de atención al huésped, gestión logística, mantenimiento y limpieza adecuada de la infraestructura, lo cual amerita una estricta evaluación de la calidad del servicio para realizar propuestas de mejoramiento continuo en este tipo de establecimientos (C. Ramirez, 2019)

Para definir el problema se planteó la siguiente interrogante de investigación ¿Cuál es nivel de calidad de servicio de las MyPes, sector servicio,

rubro Hoteles – Caso: Arrendamiento Inmobiliario Punta Sal Bungalows – Tumbes, año 2020? Así mismo, se formuló el objetivo general de investigación: Determinar el nivel de calidad de servicio de las MyPes, sector servicio, rubro Hoteles – Caso: Arrendamiento Inmobiliario Punta Sal Bungalows – Tumbes, año 2020. Y objetivos específicos: Determinar el nivel que se encuentran las instalaciones en las MyPes, sector servicio, rubro Hoteles – Caso: Arrendamiento Inmobiliario Punta Sal Bungalows – Tumbes, año 2020. Determinar el nivel que presenta el personal en las MyPes, sector servicio, rubro Hoteles – Caso: Arrendamiento Inmobiliario Punta Sal Bungalows – Tumbes, año 2020. Determinar el nivel de satisfacción de los trabajadores en las MyPes, sector servicio, rubro Hoteles – Caso: Arrendamiento Inmobiliario Punta Sal Bungalows – Tumbes, año 2020. Determinar el nivel de los servicios hoteleros de las MyPes, sector servicio, rubro Hoteles – Caso: Arrendamiento Inmobiliario Punta Sal Bungalows – Tumbes, año 2020. Determinar el nivel que presenta la imagen de las MyPes, sector servicio, rubro Hoteles – Caso: Arrendamiento Inmobiliario Punta Sal Bungalows – Tumbes, año 2020.

La investigación se justifica teóricamente en que nos permitirá conocer las principales características de la calidad de servicio que se brinda; justificación metodológica, proporcionando un instrumento de recolección de datos que posteriormente se aplicó la estadística en la elaboración de tablas y gráficos; mediante un tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental. Y una justificación social la cual beneficiará a los trabajadores de las MyPes puesto que, se desarrolla el sentido de responsabilidad hacia el ámbito turístico buscando brindar una mejor calidad de servicio

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

De acuerdo a la variable calidad de servicio que he mencionado en mi tesis, presenta los siguientes antecedentes:

2.1.1. Antecedentes internacionales

(Lopez, 2018), El presente trabajo de investigación, es un estudio de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. Actualmente han ido incrementando los restaurantes y esto lleva a un mercado que cada vez se pone más exigente, por esto las empresas tienen que siempre tener presente una evaluación de la calidad del servicio para poder tener clientes satisfechos. El objetivo principal de esta investigación es determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. La metodología de la investigación se basó en un enfoque mixto, en lo cuantitativo se seleccionó un modelo Servqual y la obtención de la información se la realizó a través de encuestas dirigidas a los clientes que consumen en el restaurante Rachy's encontrando los siguientes resultados: una insatisfacción con las dimensiones respuesta inmediata y empatía. Se pudo evidenciar que existe una correlación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente. Se realizó una investigación cualitativa por medio de entrevistas a profundidad para tener un mayor conocimiento de las variables de estudio y se pudo evidenciar falta de capacitación y motivación de parte de la empresa hacia el personal. Una vez conocido los hallazgos principales, se propone programas de capacitación y de calidad dirigidas al personal de servicio y con esto crear una ventaja competitiva dentro de la empresa.

(Muñoz, 2017), El desarrollo de esta investigación, cuyo título es Análisis de la Calidad del Servicio del Hotel Perla Verde de la Ciudad de Esmeraldas, mantuvo y cumplió el objetivo general de analizar la calidad del servicio que brinda el personal del Hotel Perla Verde de Esmeraldas. En este trabajo investigativo se pudo diagnosticar o de auscultar las debilidades o deficiencias que mantienen los procesos administrativos en el Hotel Perla Verde, los cuales impiden desarrollar una gestión calidad en cada una de sus áreas, repercutiendo colateralmente en la atención y servicio al cliente que visita asiduamente. En el contexto del desarrollo de este trabajo investigativo, se utilizó método descriptivo, exploratorio, científico inductivo-deductivo, los cuales permitieron establecer reglas y obtener resultados a través del proceso que lo caracteriza. En la investigación de campo varios colaboradores manifestaron con el 53% que no cumplen a cabalidad los colaboradores del Hotel Perla Verde, los procedimientos previstos para ejecutar el servicio con calidad, por cuanto no existe un control riguroso por parte de los directivos. Como conclusión, el factor preponderante que ha repercutido en la entrega de un servicio de alta calidad se ha originado por el escaso nivel de compromiso; además, existe una limitada actuación de los colaboradores con responsabilidad para cumplir con los tiempos estimados

(Benavides, 2012) “Calidad, Productividad y Competitividad en la Hostelería: un Análisis Microeconómico” (PO7/SEJ-02889). Dicha base incluye datos representativos para una muestra de 232 establecimientos hoteleros de Andalucía, de categoría igual o superior a tres estrellas, que se obtuvieron a través de cuestionarios semiestructurados a los que fueron sometidos los gestores de los hoteles por parte de los investigadores miembros del citado Proyecto, durante el año 2009. Además, han sido triangulados utilizando información de la base de

datos Sabi, las cuentas del Registro Mercantil y los datos sectoriales del Instituto Nacional de Estadística. La consideración de las fuentes de información utilizadas para este trabajo y, por tanto, del estado actual de la investigación acerca de la relación entre calidad y productividad en el sector hotelero, que iremos desgranando a lo largo del presente trabajo, nos lleva a formular una serie de proposiciones que trataremos de verificar: El estudio de la productividad en el sector hotelero requiere la consideración de un nuevo concepto que se adecúe a las características de los servicios. De entre todas las medidas de productividad disponibles para el sector hotelero, la productividad aparente del trabajo es fundamental para estas empresas.

2.1.2. Antecedentes nacionales

(Vicente, 2019), La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar las Características de la Calidad del Servicio en la MYPE, Sector Servicio – Rubro Hotel, Estudio de Caso: Panquita Juniors del Distrito de Lunahuaná -Provincia de Cañete, Año 2019, siendo Cualitativo – Caso Único, nivel de Investigación descriptivo, con Diseño no Experimental -Transversal. Se utilizó una población y una muestra de la MYPE, Estudio de Caso Panquita Juniors aplicando la técnica de entrevista a través del instrumento guía de entrevista. Como resultado en la entrevista al representante de la MYPE se obtuvo que la empresa hotelera tiene características tangibles e intangibles como su infraestructura que es la primera impresión del cliente, el restaurant, áreas verdes con juegos infantiles, las habitaciones con implementos de última tecnología y por último la atracción más importante del cliente una piscina en la terraza. Se ofrece un buen servicio mediante un grupo de trabajadores capacitados para atender a los

clientes. Se llegó a la conclusión que el hotel Panquita Juniors si cumple con las características necesarias para satisfacer las necesidades del huésped.

(Sanchez, 2017), La presente investigación titulada “Caracterización de la competitividad y calidad del servicio de las MYPE rubro hoteles en el distrito Pariñas – Provincia Talara, año 2017”, estableció como objetivo identificar las características que tiene la competitividad y la calidad del servicio en las MYPES, rubro hoteles distrito Pariñas – Provincia Talara, año 2017. Se empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal, siendo los resultados agrupados de acuerdo a las variables: competitividad, calidad del servicio. Así se determinó que las MYPES del rubro hoteles del distrito de Pariñas – Provincia Talara ubicadas en la Avenida Carlos A. Salaverry (Avenida “G”) han logrado alcanzar características diferenciales con respecto de sus competidores, siendo sus ventajas competitivas centradas principalmente en el factor Recursos Físicos dado a su localización cercana a la Refinería de Talara, utilizan una estrategia de enfoque orientándose hacia nichos de mercado muy particulares como son los convenios con empresas que brindan servicios a la Refinería, lo que les permite tener precios relativamente altos con la alta responsabilidad de mantener un buen servicio y preocuparse por la continuidad de dichos convenios, que en algunos casos llegan hasta ocupar la totalidad de las habitaciones de un hotel.

(Ramos, 2015), El presente trabajo de investigación Caracterización de la calidad de servicios bajo el modelo de servqual en mype del sector – rubro hospedajes del Distrito de Juliaca, tuvo por objetivo describir las principales características de la calidad del servicio brindadas por las mype del sector servicios–rubro hospedajes en el distrito Juliaca, 2015. La investigación fue del tipo descriptivo, nivel

cuantitativo y diseño transaccional y la población fue de 380 clientes que pernoctaron en promedio al mes, obteniéndose una muestra de 190 personas, se utilizó la técnica de la encuesta para la recopilación de la información, aplicándose para ello un muestreo aleatorio estratificado a 5 hospedajes de la ciudad. Entre los principales resultados en cuanto a las características de los clientes del hospedaje son: El 60% son de sexo masculino, el 31.58% tienen de 36 a 45 años de edad y el 49.47% tienen grado superior universitario. Y en cuanto a los principales resultados referidos a la calidad del servicio podemos resaltar: El 54.74% de los clientes no están desacuerdo en cuanto a las a paraciencias de las instalaciones, el 53.68% opinan no estar desacuerdo acerca del cumplimiento de lo prometido, el 56.32% de los clientes están de acuerdo consideran accesible comprender las necesidades de los clientes, el 46.84% opinan estar en desacuerdo acerca de la capacidad de respuesta de los empleados. Finalmente se concluyó que en la mayoría de los hospedajes del distrito de Juliaca existe una deficiencia de calidad de servicio ya que existen atributos como tangibilidad, empatía por parte del personal, confiabilidad, seguridad y capacidad de respuesta.

2.1.3. Antecedentes locales

(Gomez, 2020). En la presente investigación denominada Caracterización de calidad de servicio en las MyPes del sector servicio rubro hoteles en el distrito de Zarumilla, año 2019. Tuvo como problema de investigación: ¿Cómo se caracteriza la calidad de servicio en las MyPes del sector servicio rubro hoteles en el distrito de Zarumilla, año 2019? Es por ello que se formuló el siguiente objetivo de investigación: Determinar la caracterización de calidad de servicio en las MyPes del servicio rubro hoteles en el distrito de Zarumilla, año 2019. Utilizando una metodología de investigación de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no

experimental de corte transversal; con una población de cuatro (04) empresas y con una muestra de 68 clientes de los hoteles en el distrito de Zarumilla, aplicando la encuesta y cuestionario como instrumentos de recolección de datos se concluyó que las características generales que los huéspedes sienten que cumple con sus necesidades logrando satisfacerlas cada una de ellas, siendo un aspecto fundamental las habitaciones totalmente acondicionadas con televisor con cable, agua fría y caliente, camas Queen Side, toallas blancas, cochera entre otros aspectos importantes, por lo tanto los servicios que ofrecen están acorde con la calidad de servicio que el huésped necesita, presentando un alto nivel de participación de los trabajadores y los huéspedes, cabe indicar que ante cualquier obstáculo presentado el personal de recepción y mantenimiento resuelve cada uno de los percances de manera inmediata, es preciso manifestar que se brinda una total orientación proporcionando así la obtención de resultados positivos para los hoteles .

(Lalangui, 2019), El presente trabajo denominado “La evaluación de la Calidad de Servicio y Satisfacción al Cliente en las MYPES sector hotel PASIONES Suites SAC del Distrito de Zarumilla en el año 2019.” En donde el objetivo es investigar ¿Cuáles son las características de la Calidad de Servicio y Satisfacción al Cliente en las MYPES sector hotelero, del distrito de Zarumilla, año 2019? Es por ello que se formuló el siguiente objetivo de investigación

Determinar las características de la Calidad de Servicio y Satisfacción al Cliente en las MYPES sector comercio, rubro HOTELEROS, del Distrito de Zarumilla, año 2019. Utilizando una metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental; aplicando la encuesta y cuestionario como instrumentos y técnicas de recolección de datos; con una población de 68 clientes de 1 MyPes

dedicadas al rubro de hoteles ; El hotel PASIONES Suites SAC es una empresa con 2 años de experiencia en el mercado hotelero, orientado a la oferta servicio de hospedaje ; con relación al perfil del personal se ha determinado que éste no cuenta con una preparación formal del personal por ello no es un factor de no ofrecer una buena calidad de atención ;Pero la empresa llevara cabo estrategias como capacitaciones por parte del Gerente, para garantizar un buen servicio, existen muchos aspectos por mejorar

(Palacios, 2015) en la presente investigación tuvo como objetivo general evaluar la calidad del servicio del hotel “Rizzo” de la ciudad de Tumbes utilizando estándares derivados de las buenas prácticas. La investigación fue de tipo cualitativo-cuantitativo, de nivel descriptivo, con un diseño de caso único transversal. La información presentada referente al hotel “Rizzo” fue obtenida a través de técnicas e instrumentos de investigación como la observación y la entrevista y la aplicación de cuestionarios. La recolección de datos se dio en tres etapas: La primera consistió en la entrevista a la gerente general de la empresa, quien proporcionó datos respecto a la historia, organización, oferta y demanda de la empresa; en la segunda etapa, se aplicaron los cuestionarios a todo el personal de la empresa con el fin de obtener un perfil del personal; y en la tercera etapa, se aplicaron cinco guías de observación con el fin de evaluar la calidad de servicio en base al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas, referidos a la gestión administrativa, el equipamiento y la infraestructura, la gestión del servicio, la gestión medioambiental y la gestión sociocultural. El hotel “Rizzo” es una empresa sólida con 1 año en el mercado, orientado a la oferta de comida fusión; con relación al perfil del personal se ha determinado que éste no cuenta con una preparación formal, pero la empresa lleva a cabo estrategias como

capacitaciones para garantizar un buen servicio. Los resultados obtenidos en la investigación mostraron que en términos generales, el hotel “Rizzo” cumple con el 50% de los estándares evaluados, lo que hace que la calidad que la empresa brinda a sus clientes sea buena, sin embargo existen muchos aspectos por mejorar en la gestión administrativa, la gestión medioambiental y socio cultural.

(Balladares, 2015) con el personal y buen trato a los clientes. La presente investigación tuvo como objetivo general evaluar la calidad del servicio del hotel “Karibian” de la provincia de Zarumilla, departamento de Tumbes, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas. La investigación fue de tipo cualitativo-cuantitativo, de nivel descriptivo, con un diseño de caso único transversal. La información presentada referente al hotel “Karibian” fue obtenida a través de técnicas e instrumentos de investigación como la observación y la entrevista y la aplicación de cuestionarios. La recolección de datos se dio en tres etapas: La primera consistió en la entrevista a la Gerenta General de la Empresa, quien proporcionó datos respecto a la historia, organización, oferta y demanda de la empresa; en la segunda etapa, se aplicaron los cuestionarios a todo el personal de la empresa con el fin de obtener un perfil del personal; y en la tercera etapa, se aplicaron cinco guías de observación con el fin de evaluar la calidad de servicio en base al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas, referidos a la gestión administrativa, el equipamiento y la infraestructura, la gestión del servicio, la gestión medioambiental y la gestión sociocultural. El hotel “Karibian” es una empresa sólida con 5 años en el mercado, orientado a los turistas; con relación al perfil del personal se ha determinado que éste no cuenta con una preparación formal, pero la empresa lleva a cabo estrategias como capacitaciones para garantizar un buen servicio. Los resultados obtenidos en la investigación

mostraron que, en términos generales, el hotel “Karibian” cumple con el 70% de los estándares evaluados, lo que hace que la calidad que la empresa brinda a sus clientes sea buena, sin embargo, existen muchos aspectos por mejorar en la gestión administrativa, la gestión medioambiental y socio cultural.

2.2. Bases teóricas y conceptuales

2.2.1. Calidad de servicio

2.2.1.1. Definición:

Se considera que la calidad de servicio es un beneficio que se ofrece; son básicamente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Lo cual puede estar vinculada a la producción sin o con un producto físico(Bure, 2019)

El concepto de servicios y calidad surgen en el procedimiento económico, el primero satisface las necesidades de los clientes; y la segunda busca la excelencia de las diversas organizaciones en este mundo globalizado. Una organización encaminada hacia la calidad del servicio, debe cimentar con la concepción de concentrar su valor durante su diseño, producción y entrega. lo que implica atravesar el proceso de manera horizontal en toda la institución.(Ramos, 2015).

La calidad de servicio es cambiar las necesidades futuras de los usuarios en características medibles; de esta manera un producto puede ser diseñado y fabricado para poder satisfacer al cliente; la calidad puede estar definida directamente en términos del agente. (Duque, 2005)

2.2.1.2. Características:

a) Imperdurabilidad: refiere que los servicios no se conservan, almacenan o se guardan en inventario. Este no se considera un problema cuando la demanda de un servicio es constante; pero si sucede lo contrario, puede ser un inconveniente

en el servicio (Lamb, Hair, & McDaniel, 2002). Por ejemplo, un hotel tiene habitaciones sin ocupar, estas no se pueden guardar para otra temporada con mayor demanda; simplemente, se pierde el servicio no prestado. (-Nizama, 2018)

Percibibilidad: Los servicios no pueden ser reservados en stock para su consumo posterior, pues se ofrecen en fechas y horarios fijos. donde, muchas veces los servicios se pagan con anticipación, pues no son recuperables si no consiguen ser utilizados por el consumidor.(Dioses, 2015)

b) Intangibilidad: los servicios son realizados a través de acciones en lugar de objeto, ya que no podemos verlos, sentirlos, disgustarlos, menos tocarlos de la misma forma que se puede percibir los bienes tangibles como, por ejemplo: (los servicios que se ofrece para el cuidado de la salud (pacientes y a sus familiares).(Vicente, 2019)

Se considera como la diferenciación más resaltante entre bienes y servicios, un servicio es intangible lo que significa que no se puede apreciar con los sentidos antes de adquirirlo; esto quiere decir que tampoco se puede almacenar o trasladar. Por ejemplo, se puede evidenciar la calidad de la imagen de un televisor o del funcionamiento de una licuadora; pero no de una visita algún lugar o de la enseñanza de una clase académica antes de percibirlos.(-Nizama, 2018)

Intangibilidad: Los servicios turísticos no pueden ser sentidos, probados, oídos u olidos o experimentados antes de ser adquiridos. Poseen características descritas de forma subjetiva, que resulta imposible saber con seguridad si van a ser placenteros para el cliente antes de su prestación. No obstante, los clientes quieren tener la certeza de la calidad del servicio que será brindado, por lo que

el proveedor debe conseguir que este se vuelva lo más perceptible posible, a través de materiales como el local (soporte físico), personal, equipamiento, material, promocional, marca y precio.(Dioses, 2015)

c) Inseparabilidad: se define por la existencia de una interrelación entre producción y el consumo del servicio, tiene importancia definitiva en la evaluación que hace el cliente, con respecto al proceso de prestación del servicio, y todas las interacciones con el prestatario del servicio afectan su evaluación final.(-Nizama, 2018)

Inseparabilidad: Los servicios son producidos y consumidos al mismo tiempo. Ello no sucede con los bienes físicos, que primero son producidos, almacenados, vendidos y, por último, consumidos. Quien ofrece el servicio también es parte del mismo y, como el consumidor está presente durante la prestación, la interacción entre ambos(proveedor y el cliente) será un aspecto clave e importante en el resultado final.(Dioses, 2015)

Heterogeneidad: Se deriva del hecho de que ningún cliente es similar o igual que el otro, cada quien posee demandas singulares o experimenta el servicio de manera única, es por ello que la heterogeneidad se relaciona con los servicios, ya que en muchos sentidos el resultado de la interacción entre las personas funciona.(Vicente, 2019)

llamado también variabilidad o inconsistencia. Lo que indica el problema que presentan los servicios para la estandarización, ya que en su totalidad depende de las capacidades, estado de ánimo, lugar(zona) y de la persona que produce y entrega el servicio. Lo que aplica no tener un estricto control técnico que asegure

la normalización, siendo difícil alcanzar un estándar de calidad en la prestación de un servicio más que en la elaboración de productos tangibles.(-Nizama, 2018)

Variabilidad: Cotidianamente el desempeño del personal varia, es por ello que es difícil alcanzar servicios estandarizados. La seguridad del servicio y la uniformidad de su calidad dependen de aspectos, socio-económicos, demográficos y psicológicos de los proveedores y consumidores. Los servicios varían en su totalidad, pues dependen de quien los brinda, de cómo se realiza, de cuando y donde.(Dioses, 2015)

2.2.1.3. Dimensiones:

Elementos tangibles : Se Define la tangibilidad como las infraestructuras y el equipo de la organización deben estar de lo mejor, manteniendo limpio para que los clientes por los ojos tengan la mejor impresión y, así como los trabajadores deben estar bien presentados, de acuerdo a las posibilidades que tenga cada organización.(Sanchez, 2017)

La empresa de servicios tiene equipos modernos , la infraestructura son visualmente atractivas, Los empleados que prestas servicio muestran apariencia pulcra, los materiales que se ofrecen al cliente (folletos, estados de cuenta y similares) son visualmente interesantes.(Ramos, 2015)

Por lo tanto, se considera que los elementos tangibles son evidencias físicas que percibe el cliente, tiene que ver específicamente con: - Instalaciones, aspecto de la apariencia del personal que atiende, equipos manipulados para prestar el servicio, documentos y otros elementos de apoyo para brindar el servicio(Ñahuirima, 2015)

Fiabilidad : se define que la fiabilidad es la capacidad de ofrecer el servicio al cliente de manera segura, consistente y exacta, lo cual significa realizar el servicio desde la primera vez.(Sanchez, 2017)

Es cuando la empresa de servicios plantea con anticipación hacer algo en cierto tiempo y lo hace, sobre todo muestra un sincero interés por el cliente si se presentara algún tipo de problema y busca dar solución, donde tiene mucha importancia desde el momento de inicio del servicio hasta que lo concluya en el tiempo pactado.(Ramos, 2015)

El concepto de fiabilidad especifica que es importante para que se pueda brindar el servicio en forma correcta desde el inicio; de forma segura, confiable y cuidadosa. (Ñahuirima, 2015)

Capacidad de respuesta: Los empleados comunican a los clientes cuando concluirá la prestación del servicio, se esmeran en ofrecer un servicio rápido a sus clientes, en el cual siempre se está dispuesto ayudar para lo que se les ofrezca. (Ramos, 2015)

Se especifica que la capacidad de respuesta es la disposición de la empresa para dar respuesta rápido y oportuna a los clientes y proporcionar un servicio eficaz, y así pueda superar sus expectativas.(Ñahuirima, 2015)

Mencionan que la capacidad de respuesta se entiende como la disposición de atender y dar un servicio rápido, ya que los consumidores cada vez son más exigentes.(Ramos, 2015)

Seguridad: se considera que el comportamiento del empleado, transmite esa confianza que el cliente necesita, logrando que se sienten seguro en sus

transacciones con la empresa de servicios, siendo amables y estando aptos para a las preguntas de los clientes.(Ramos, 2015)

Menciona que los consumidores deben percibir que los servicios que se le prestan carezcan de riesgos, que no existen peligros ni dudas sobre la calidad de las prestaciones. (Sanchez, 2017)

Los clientes opinan que los empleados deberían conocer todos las referencias de su trabajo, mostrarse amables y proyectar confianza en el servicio que ofrecen para satisfacer las necesidades y cumplir las expectativas de los clientes.(Coronel, 2016)

Empatía: La empresa de servicios brinda a sus clientes una atención personalizada, en el cual ofrece horarios que sean convenientes para su atención, siendo importante cuidar los intereses de sus clientes y sus necesidades específicas.(Ramos, 2015)

Empatía Es la disposición de ofrecer a los clientes respeto y consideración en su mayor cuidado, con atención personificada y compromiso con el cliente - Cortesía - Interés y voluntad para resolver problemas(Ñahuirima, 2015)

Menciona que la empatía quiere decir colocarse en la situación del cliente, y descubrir cómo es que se siente, y conocer a fondo sus necesidades personales y ser de ayuda para resolver con voluntad los problemas (Sanchez, 2017)

2.2.1.3.1. Infraestructura

Es el estado en que se encuentran las edificaciones o locales donde se efectúa el servicio; considerándose dentro de este componente, las maquinas, las

instalaciones, o móviles con los que se realiza el servicio. los baños, etc.,(V. Ramirez, 2016)

2.2.1.3.2. Personal

Según (Trujillo, 2017) indica que el personal son los colaboradores de una empresa, cuya labor es ayudar en la mejora de ésta, donde las cualidades y los comportamientos son parte fundamental de esto, por ende se coge de esta dimensión para medir la calidad de un servicio de hotel

Para (Coronel, 2016), una organización dirigida al cliente, se basa en brindar sus servicios y atender las necesidades de los clientes. De esta manera el personal responsable de su atención personalizada se convierte en un mecanismo fundamental para conseguir los objetivos, logrando que alcancen cumplir con la calidad de servicio exigida, con un buen nivel de sensibilidad, atención y voluntad de ayudar, y sobre todo que en los clientes cuenten su experiencia a otras personas.

2.2.1.3.3. Servicios

(Nizama, 2018) Un servicio resulta de llevar a cabo al menos una actividad en la interfaz entre el proveedor y el cliente y totalmente es intangible. La prestación de un servicio puede implicar:

- Una actividad realizada sobre un producto tangible suministrado por el cliente (por ejemplo, reparación de un automóvil).
- Una actividad realizada sobre un producto intangible suministrado por el cliente (por ejemplo, la declaración de ingresos necesaria para preparar la devolución de los impuestos).

- La entrega de un producto intangible (por ejemplo, la entrega de información en el contexto de la transmisión de conocimiento)”.

Por lo que para (Ramos, 2015) un servicio es cualquier actividad o beneficio que se ofrece a otra, esencialmente intangible y no se puede poseer. Su producción no se liga precisamente a un producto físico. Por lo que, un servicio no es valorado antes de su compra, porque no existe hasta ese momento; simplemente se pueden observar los resultados del servicio.

El servicio se especifica como el conjunto de prestaciones que el cliente desea y espera, además de los bienes o servicios básicos, de manera tangibles o intangibles, como resultado del precio, la imagen, la reputación y demás particularidades relacionados. (Muñoz, 2017).

2.2.1.3.4. Imagen.

La imagen tiene que ver con lo que el cliente ve de la empresa en sí, sea en base a experiencias previas o por la comunicación que la empresa haya expresado hacia el cliente(Arias-Muñoz, 2019)

2.2.1.3.5. Satisfacción

La satisfacción, es el resultado de los factores de motivación, los cuales ayudan a aumentar la satisfacción del individuo ya que tienen poco efecto sobre la insatisfacción y refiere como la energía que impulsa necesariamente para las personas puedan depositar sus fuerzas en la organización con el objeto de alcanzar los resultados en satisfacer las expectativas de los clientes, (Coronel, 2016)

El concepto de satisfacción, se ha ido ajustando a lo largo del tiempo, según van avanzando sus investigaciones, resaltando distintos aspectos y variando su concepción. (V. Ramirez, 2016)

Así mismo es una sensación de placer o de decepción que resulta de contrastar la experiencia del producto (resultados esperados) con las expectativas que se esperaba. Si los resultados no cumplen con las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de ellas, el cliente queda satisfecho, y si los resultados superan en su totalidad las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado(Vicente, 2019)

2.2.2. MyPes

Las MYPES son un segmento de mucha importancia en la generación de empleo, tanto que el 80% de la población económicamente activa tienen trabajo y generan cerca del 45% del Producto Bruto Interno (PBI), además es considerado como la principal fuente de generación de empleo y reducción de la pobreza, Incentivando el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población (Araujo, 2017)

Para (Angulo, 2015), indica que el tamaño de una empresa turística puede ser uno de los condicionantes más relevantes al momento de ejercer esta actividad y para la forma de gestionarla. Por lo general, las empresas turísticas de menor dimensión sufren una serie de inconvenientes procedentes directamente de su tamaño y a ellos se unen otra serie de desventajas que están relacionadas y son comunes a la mayor parte de las pymes.

La pyme turística por definición se encuentra más cercana al cliente, la vinculación entre empleados y directivos de la empresa establecen relaciones más

inmediatas y cercanas con los clientes y consumidores donde pueden saber de forma directa sus necesidades, sus gustos y los posibles cambios que los afecten.

MyPes: La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica formada por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de gestión empresarial enmarcada en la legislación vigente, que tiene como objetivo realizar actividades de extracción, transformación o elaboración, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios.(Rodriguez, 2016)

2.2.3. Trabajadores

Gran parte de los servicios son conducidos por las acciones realizadas de los trabajadores y son ellos quienes transmiten “las emociones de la empresa” a los clientes. Donde usan uniformes, y se presentan con la correcta higiene; respetan el régimen del horario de trabajo, lo que es lo que los comprometen con el trabajo y establecimiento, conocen con exactitud los servicios ofrecidos y aspectos importantes sobre la empresa, y se encuentran capacitados para desarrollar su función y ayudar al huésped, manifestando una excelente predisposición y trabajo en equipo(Araujo, 2017)

Dentro del conjunto de recursos presentes en la empresa turística y necesarios para que ésta desenvuelva su actividad, se destaca la importancia de los trabajadores de los cuales depende en mucho la parte tecnológicos y ligados a la reputación, como la calidad o la atención al turista. De hecho, el personal de las empresas turísticas, en los últimos años ha pasado de ser apreciado sólo como un elemento de coste (para algunos el más importante), al considerarse como uno de los activos de mucha importancia de la empresa y el que permite obtener mejoras en la rentabilidad y ventajas competitivas sostenibles. Donde desempeña una función relevante, ya que el constante contacto con el cliente, es fundamental para que el

trabajador muestre una actitud positiva frente al trabajo para lo cual es necesario que:

- ✓ El trabajador conozca en su totalidad el producto, el negocio y los objetivos de la empresa.
- ✓ El trabajador esté motivado y pueda mostrar sus habilidades y sus experiencias
- ✓ Se promueva la participación e interacción del personal y así exista una buena comunicación Se eviten conflictos disfuncionales en la organización.
- ✓ Se invierta en formación y capacitación (Palacios, 2015)

Para (Coronel, 2016) el factor humano es el recurso más importante y primordial para brindar una excelente atención, donde es necesario que los trabajadores pongan en práctica habilidades técnicas concernientes con su trabajo, como el conocimiento exacto de los productos y servicios que se venden, según los procesos o procedimientos, manejo de los equipos y herramientas que se utilizan constantemente

2.2.4. Hotel

El hotel refiere que es un “Establecimiento a cargo de profesionales donde se ofrece al cliente alojamiento con o sin servicios integrados, por una contraprestación económica”; asimismo (Mincetur, 2004) dice que es un edificio proyectado y acondicionado para albergar a turistas, permitiendo a los viajeros, alojarse durante sus esos días de paso o de paseo, donde proveen a los huéspedes servicios adicionales como restaurantes, gimnasio, spa servicio de lavandería, conexión wifi, piscina, parqueadero, donde se considera que el servicio en este tipo de establecimiento debe ser obligatorio las 24 horas del día, a diferencia de los otros, además se sabe que la infraestructura del hotel cuenta mucho para los clientes.(Angulo, 2015)

Un hotel es un establecimiento que se dedica a brindar el servicio de posada o alojamiento de huéspedes, viajeros nacionales o extranjeros. Existen diversas clasificaciones de hoteles de acuerdo a las comodidades y servicio que requiera cada cliente. La más frecuente e usual está compuesta por estrellas: un hotel de cinco estrellas es el que ofrece el máximo nivel de confort y los hoteles de una estrella que sólo brindan un servicio básico. (Bure, 2019)

De esta manera hotel es un establecimiento dedicado al alojamiento de huéspedes turistas o viajeros. Proyectado y acondicionado para brindar servicio a las personas que se hospeden (Vicente, 2019)

III. HIPÓTESIS

Las investigaciones de tipo descriptiva no necesariamente se formula hipótesis.

(Hernández, Fernández, & Baptista, 2017)

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de investigación

El estudio fue de diseño descriptivo transversal, centrada en la determinación de las características de los contenidos de las dimensiones de calidad de servicio. (Hernández et al., 2017)

4.2. Población y muestra

La población es finita y estuvo constituida por trabajadores del Arrendamiento Inmobiliario Punta Sal Bungalows de Tumbes. La muestra está constituida a criterio del investigador considerando la totalidad de trabajadores. Desempeñando sus funciones de acuerdo a los criterios de inclusión.

Cuadro 1. Población

Detalle	REGIMEN		# Propietario	# Trabajadores
Arrendamiento Inmobiliario Punta Sal Bungalows.		MYPE	1	5

Fuente: Elaboración propia.

4.3. Definición y operacionalización de variables

Cuadro 02. Operacionalización de variables.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Calidad de servicio	Es el resultado de comparar lo que el cliente, trabajador espera de un servicio con lo que recibe. (Cadena, Vega, Real, & Vásquez, 2016)	Se describirá la variable calidad de servicio de acuerdo a sus dimensiones e indicadores permitiendo determinar sus características respecto al grupo de estudio.	Instalaciones	Máquinas y equipos	Likert
				Instalaciones físicas	
				Apariencia	
				Materiales	
			Personal	Elementos tangibles	
				Solución de problemas	
				Eficiencia	
				Eficacia	
			Satisfacción	Quejas y sugerencias	
				Comunicación	
				Puntualidad	
				Disponibilidad	
			Servicios	Nivel de atención	
				Comportamiento	
				Trámites	
				Amabilidad del servicio	
Imagen	Conocimiento de funciones				
	Atención				
	Percepción				
	Personalización				
	Necesidades del cliente				
	Compromiso				

Fuente: Elaboración propia.

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el estudio se recolectaron los datos durante el año 2020. Para ello, se solicitó la autorización de los propietarios de las MyPes, para la aplicación de las encuestas a los trabajadores; una vez autorizado se presentó el estudio, sus objetivos y se solicitó el consentimiento informado, previa firma del consentimiento se procedió a realizar el recojo de los datos. Para la recolección de datos se empleó la técnica de la entrevista, donde el investigador realizó las preguntas y resolvió la encuesta en función a las respuestas que el propietario manifestó.

4.5. Plan de análisis

Se recolectaron las siguientes covariables de *características de los docentes* como edad, sexo (femenino/masculino), grado de instrucción (Educación básica/Técnico/Universitaria/Posgrado); además las *características de las MyPes* como el número de p por MyPe, los regímenes tributarios (Nuevo Régimen Único Simplificado/Régimen MyPe/Régimen Especial/Régimen General); y *características de la calidad de servicio* (instalaciones, personal, satisfacción, servicios, imagen)

4.6. Matriz de consistencia

Cuadro 03. Matriz de consistencia.

Formulación del problema	Hipótesis	Objetivos	Variables	Metodología	Escala de medición
<p>¿Cuál es nivel de calidad de servicio de las MyPes, sector servicio, rubro Hoteles – Caso: Arrendamiento Inmobiliario Punta Sal Bungalows – Tumbes, año 2020?</p>	<p>Las investigaciones de tipo descriptiva no necesariamente se formula hipótesis. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2017)</p>	<p>Objetivo general: Determinar el nivel de calidad de servicio de las MyPes, sector servicio, rubro Hoteles – Caso: Arrendamiento Inmobiliario Punta Sal Bungalows – Tumbes, año 2020.</p> <hr/> <p>Objetivos específicos: Determinar el nivel que se encuentran las instalaciones de las MyPes, sector servicio, rubro Hoteles – Caso: Arrendamiento Inmobiliario Punta Sal Bungalows – Tumbes, año 2020. Determinar el nivel que se presenta el personal en las MyPes, sector servicio, rubro Hoteles – Caso: Arrendamiento Inmobiliario Punta</p>	<p>V1: Calidad de servicio.</p>	<p>Tipo: Cuantitativo. Nivel: Descriptivo. Diseño: No Experimental.</p>	<p>Likert</p>

Sal Bungalows – Tumbes, año 2020.
Determinar el nivel de la satisfacción
de los trabajadores en las MyPes,
sector servicio, rubro Hoteles – Caso:
Arrendamiento Inmobiliario Punta
Sal Bungalows – Tumbes, año 2020.
Determinar el nivel de los servicios
hoteleros de las MyPes, sector
servicio, rubro Hoteles – Caso:
Arrendamiento Inmobiliario Punta
Sal Bungalows – Tumbes, año 2020.
Determinar el nivel que presenta la
imagen de las MyPes, sector servicio,
rubro Hoteles – Caso: Arrendamiento
Inmobiliario Punta Sal Bungalows –
Tumbes, año 2020.

4.7. Principios éticos

Durante la ejecución del presente estudio se respetaron los principios para investigación en humanos, autonomía, justicia y confidencialidad (Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura, 2017); velando por el cumplimiento de las expectativas que presenta el artículo científico; se aplicó principios éticos como la protección a las personas, cuidado del medio ambiente y la biodiversidad, libre participación y derechos a estar informado, beneficencia no maleficencia y justicia (Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, 2019)

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1. Características sociodemográficas.

Características	n (%)
Edad	30.6 ± 7.52
Sexo	
Femenino	2 (40.0)
Masculino	3 (60.0)
Estado civil	
Soltero	2 (40.0)
Casado	3 (60.0)
Viudo	0 (0.0)
Divorciado	0 (0.0)
Grado de instrucción	
Educación básica	0 (0.0)
Técnico	5 (100.0)
Superior	0 (0.0)
Posgrado	0 (0.0)

* Media ± desviación estándar

Tabla 2. Características de la MyPes.

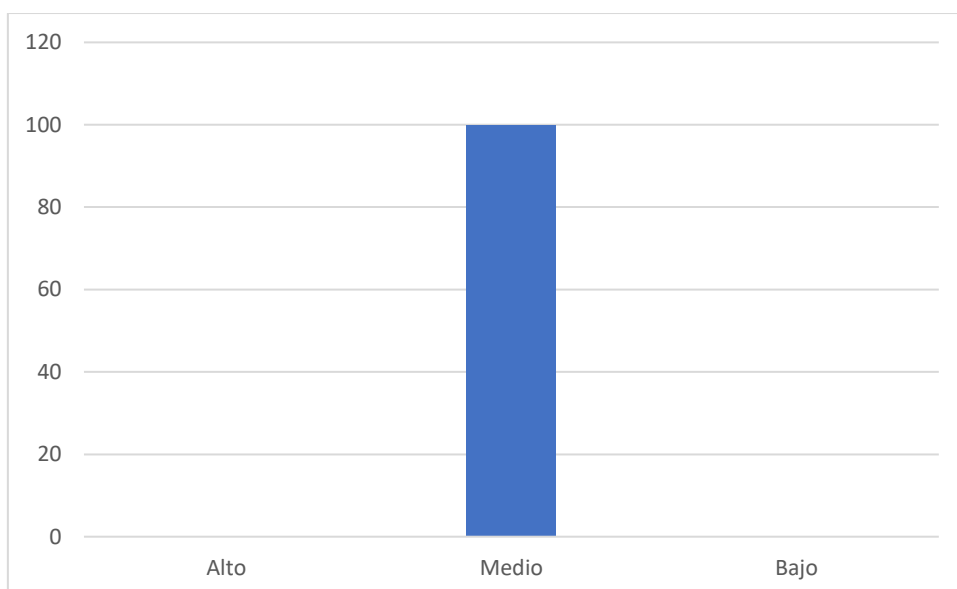
Características	n (%)
Régimen	
Nuevo Régimen Único Simplificado	0 (0.0)
Régimen Especial	0 (0.0)
Régimen MyPe	5 (100.0)
Régimen General	0 (0.0)
Años constituido	6 años
Modalidad	
Hotel	0 (0.0)
Hospedaje	5 (100.0)
Hostal	0 (0.0)

Tabla 3. Nivel de instalaciones.

Instalaciones y materiales			
Nivel	Rango	Total	Porcentaje
Alto	(20 - 25)	0	0
Medio	(13 - 19)	5	100
Bajo	(5 - 12)	0	0

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la Arrendamiento Inmobiliario Punta Sal Bungalows – Tumbes, 2019.

Gráfico 1. Nivel de las instalaciones.



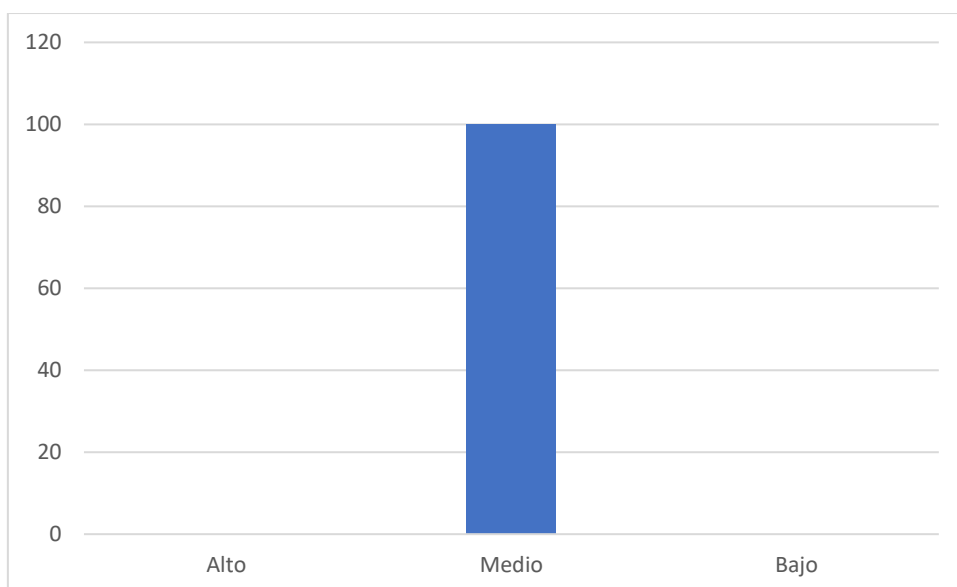
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4. Nivel del personal.

Personal			
Nivel	Rango	Total	Porcentaje
Alto	(20 - 25)	0	0
Medio	(13 - 19)	5	100
Bajo	(5 - 12)	0	0

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la Arrendamiento Inmobiliario Punta Sal Bungalows – Tumbes, 2019.

Gráfico 2. Nivel del personal.



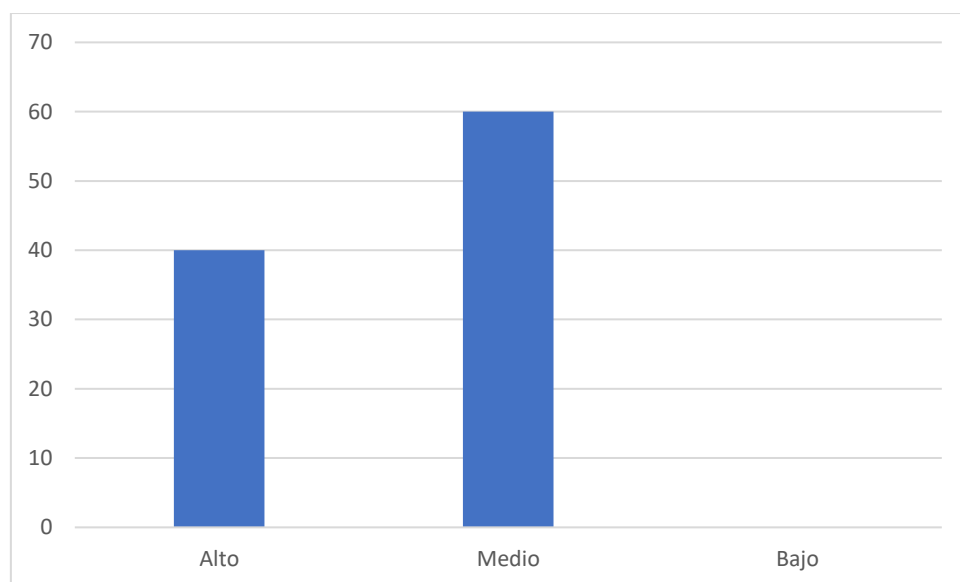
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5. Nivel de la satisfacción de los trabajadores.

Satisfacción			
Nivel	Rango	Total	Porcentaje
Alto	(15 - 20)	2	40
Medio	(10 - 14)	3	60
Bajo	(4 - 9)	0	0

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la Arrendamiento Inmobiliario Punta Sal Bungalows – Tumbes, 2019.

Gráfico 3. Nivel de los servicios educativos.



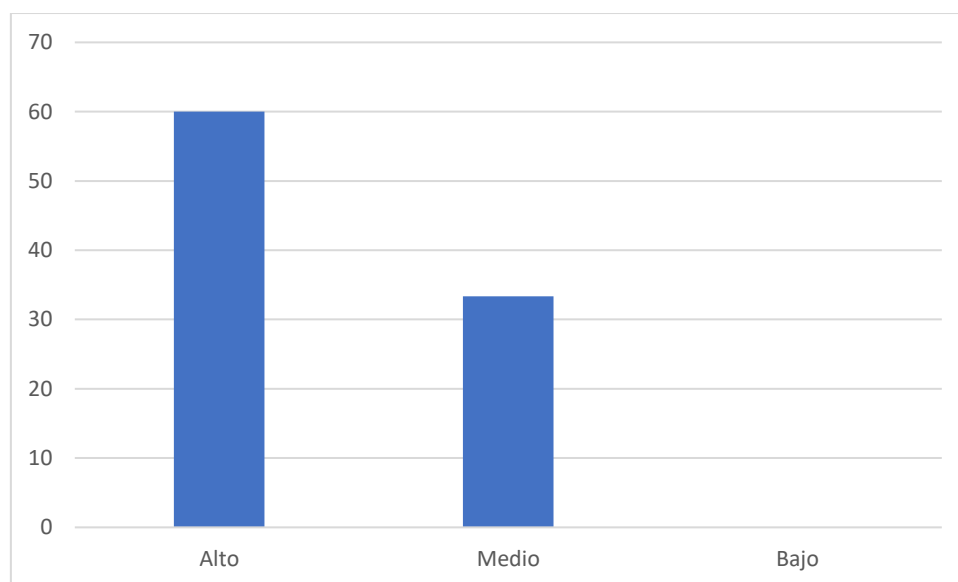
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6. Nivel de servicio hoteleros.

Servicios y actividades			
Nivel	Rango	Total	Porcentaje
Alto	(15 - 20)	3	60
Medio	(10 - 14)	2	33
Bajo	(4 - 9)	0	0

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la Arrendamiento Inmobiliario Punta Sal Bungalows – Tumbes, 2019.

Gráfico 4. Nivel de los servicios educativos.



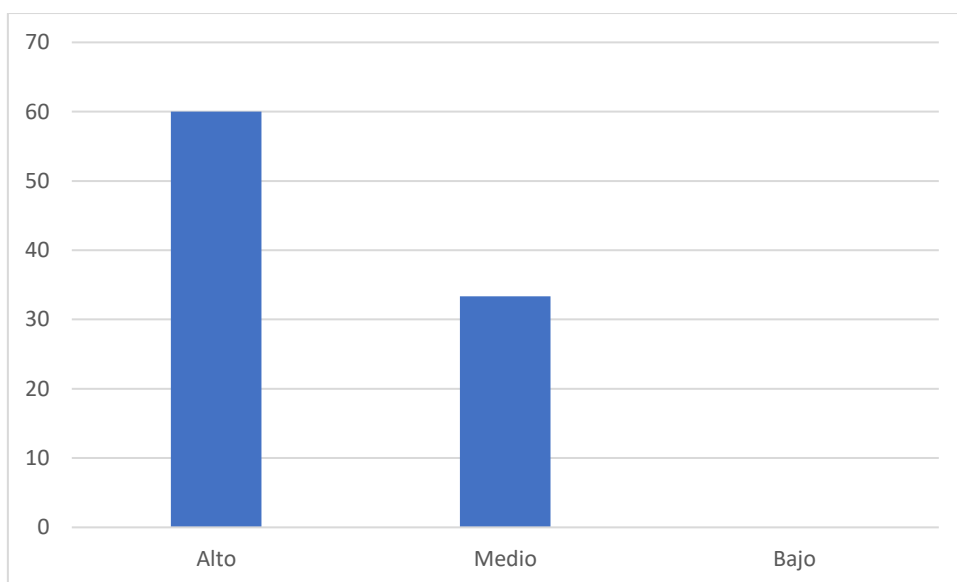
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7. Nivel de imagen organizacional.

Imagen			
Nivel	Rango	Total	Porcentaje
Alto	(15 - 20)	3	60
Medio	(10 - 14)	2	33
Bajo	(4 - 9)	0	0

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la Arrendamiento Inmobiliario Punta Sal Bungalows – Tumbes, 2019.

Gráfico 5. Nivel de imagen organizacional.



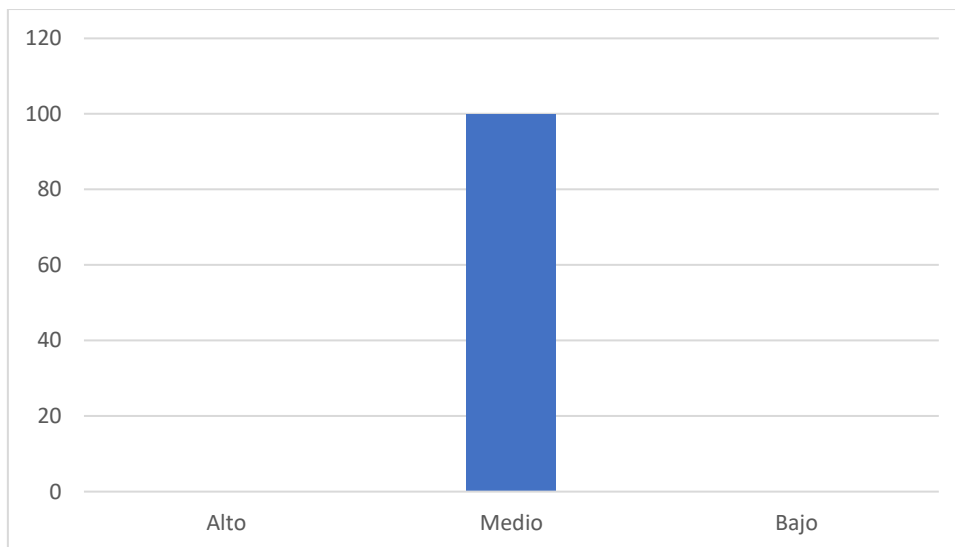
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8. Nivel de calidad de servicio.

Calidad de servicio			
Nivel	Rango	Total	Porcentaje
Alto	(81-110)	0	0
Medio	(52 - 80)	5	100
Bajo	(22 - 51)	0	0

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la Arrendamiento Inmobiliario Punta Sal Bungalows – Tumbes, 2019.

Gráfico 6. Nivel de satisfacción laboral.



Fuente: Elaboración propia.

5.2. Análisis de resultados

5.2.1. Respecto a las características sociodemográficas de los trabajadores:

Se aplicó interrogantes relacionadas a la investigación sociodemográficas en donde se reflejó que la edad promedio de los docentes oscila entre 30 años de edad; de sexo masculino en un 60.0%, de promedio alto según su estado civil casados con un 60.0% y en un 40% de solteros, asimismo en un grado de instrucción técnico en su totalidad con un 100.0% estudios realizados en institutos pedagógicos especialidad educación inicial, primaria y secundaria.

5.2.2. Respecto a las características las MyPes:

Se identificó que el total de los docentes encuestados manifestó que el hospedaje. está inscritas bajo el régimen MyPe, con un tiempo de constituido promedio de 6 años, y con razón social en su totalidad denominada Arrendamiento Inmobiliario Punta Sal Bungalows.

5.2.3. Respecto a las características de calidad de servicio:

Respecto el nivel de instalaciones en el 100.0% de los docentes indican que existen equipos y materiales en condición medio para el desarrollo de las actividades estando en condiciones optimas para ser utilizadas

Se determinó que el personal en un 100% se encuentra en un nivel medio de capacitado para poder responder las exigencias de los clientes

Se determinó que el nivel de personal docente con un 60.0% manifestó que satisfacen sus expectativas en nivel medio en su centro de labores según sus necesidades y comportamientos de sus compañeros y en un 40 % en nivel alto en satisfacción

Al aplicar la encuesta se determinó al 60% considera que la imagen organizacional que ofrece la empresa busca comprender las necesidades del cliente y el 33% considera que no.

Se determinó al, respecto a la calidad de servicio en un 100% en un nivel medio donde se considera que existe capacidad de compromiso, seriedad e integridad dentro de la empresa.

VI. CONCLUSIONES

- Respecto al objetivo específico 01: las instalaciones y materiales se muestran en condiciones medias, estando en estado óptimo para que pueden ser utilizados para los clientes.
- Respecto al objetivo específico 02: los trabajadores se sienten satisfechos en su centro de labores de acuerdo al vínculo que tienen con sus compañeros de trabajo,
- Respecto al objetivo específico 03: los servicios y actividades es brindada por los trabajadores de manera que cumple las expectativas para que se cumpla los objetivos planteados.
- Respecto al objetivo específico 04: la empresa se preocupa en su mayor porcentaje para que la imagen organizacional sea uno de los factores atractivos para los clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Nizama, G. (2018). *La calidad percibida del servicio hotelero y su relación nizama ruiz*. Lima.
- Angulo, M. (2015). “*Evaluacion de la calidad del servicio del hotel “gran hotel nacional” del distrito de aguas verdes, departamento de tumbes, utilizando estàndares de las buenas practicas, durante el año 2014. tesis.*
- Araujo, A. (2017). *2017Caracterizacion de la Gestion de Calidad y competitividad de las Mypes en el sector servicio rubro hoteles en la Provincia Leoncio Prado.*.
- Arias-Muñoz, C. E. (2019). Calidad del servicio y satisfacción del cliente en las mype del sector servicios - rubro hoteles de 3 estrellas del Distrito de Piura, 2015. *216 / In Crescendo, 10(1), 215–221.*
- Balladares, C. (2015). *Evaluacion de la calidad del servicio del hotel karibian, de la Provincia de Zarumilla, Departamento de Tumbes, utilizando estándares de las buenas prácticas, durante el año 2014.*
- Benavides, C. (2012). *Calidad y productividad en el sector hotelero Andaluz TESIS.*
- Bure, A. (2019). *Caracterización de calidad de servicio en las mypes del sector servicio rubro hoteles: “caso hotel versilia” - en el Distrito de Zorritos, año 2019. TESIS.*
- Cadena, J., Vega, A., Real, I., & Vásquez, J. (2016). Medición de la calidad del servicio proporcionado a clientes por Restaurantes en Sonora, México. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias, 5(1856–8327), 41–60.*
- Castellano, C., Hernandez, Y., & Castellanos, J. (2014). Estudios y Perspectivas en Turismo. *Estudios y Perspectivas En Turismo, 23(2), 250–277.* Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180730867003>
- Castilla, G., & Alarcon, N. (2017). Evaluación de la calidad en establecimientos de alojamiento y hospedaje. *03 de Abril 2017, 1–29.* <https://doi.org/10.22395/seec.v20n43a7>
- Coronel, C. (2016). *Calidad de servicio y grado de satisfaccion del cliente en el restaurant Pizza Hut en el Centro comercial Mega Plaza Lima; 2016.*

- Dioses, T. (2015). *“Evaluación de la calidad del servicio del hotel ‘boulevard’, de la Provincia de Zarumilla, Departamento de Tumbes, utilizando estándares de las buenas prácticas, durante el año 2014.”*
- Duque, E. (2005). *recision del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medicion.* 15, 1–18. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81802505>
- Gomez, D. (2020). *Caracterización de calidad de servicio en las mypes del sector servicio rubro hoteles en el Distrito de Zarumilla, año 2019.* uNiversidad Catolica Los Angeles de Chimbote.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2017). *Metodología de la investigación* (Sexta). México: Mc Graw Hill.
- Joubert, E. (2014). *Los sistemas de gestión de calidad en el sector hotelero : perspectivas y desafíos para su implementación en hoteles de la ciudad de Neuquén Esta.* 2, 1–146.
- Lalangui, M. (2019). *Evaluación de la calidad del servicio en las mypes del sector servicio rubro hoteles: caso pasiones suites sac– del Distrito de Zarumilla, 2019.* TESIS. Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.
- Lopez, D. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil* AUTORA:
- Muñoz, G. (2017). *Análisis de la calidad del servicio del hotel perla verde de la ciudad de esmeraldas.*
- Ñahuirima, Y. (2015). *Calidad de servicio y Satisfaccion del cliente de las pollerías del Distrito de Andahuaylas, Provincia de Andahuaylas Region Apurimac, 2015.*
- Pajuelo, W. (2016). *Caracterización de la incidencia del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro hospedaje del distrito de Yarinacocha, 2016.* universidad catolica los angeles de chimbote.
- Palacios, J. (2015). *“Evaluación de la calidad del servicio del hotel ‘rizzo’ de la ciudad de tumbes, utilizando estándares derivados de las buenas practicas en el año 2014.”*

- Ramirez, C. (2019). *Evaluación de la calidad del servicio en los establecimientos de hospedaje en el distrito de canoas de punta sal de la provincia de contralmirante villar del departamento de tumbes - 2019.*
- Ramirez, V. (2016). *"Calidad de servicio y satisfacción del usuario del área de Farmacia del.*
- Ramos, V. (2015). *Caracterización de la calidad de servicios bajo el modelo servqual en mype del sector servicios – rubro hospedajes del Distrito de Juliaca, 2015.*
- Reyes, D., Guzman, D., & Morales, A. (2015). diagnostico de la calidad de los servicios de hospedajes en Acapulco, Guerrero. *Ciencias Agrícolas, 1*, 391–393. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=263139243053>
- Rodriguez, M. (2016). *Caracterizacion de la Calidad y competitividad de las Mypes en los servicio de venta de electrodomesticos en el Distrito de Juanjui, año 2016.*
- Sanchez, L. (2017). *Caracterizacion de la competitividad y calidad del servicio de las mypes rubro hoteles, distrito pariñas - provincia talara año 2017.*
- Trujillo, P. (2017). *Calidad de Servicio en el Hospedaje Anra en el distrito de Anra provincia de Huari departamento de Ancash, 2017. TESIS.*
- Vicente, M. (2019). *Calidad del servicio en la satisfacción del cliente de la mype, sector servicio – rubro hotel, estudio de caso: panquita juniors del distrito de lunahuaná - provincia de cañete, año 2019.* Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote.

ANEXOS

Anexo 01: Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

La información obtenida en el presente cuestionario tiene como objetivo ser utilizada en la realización de la investigación sobre “**Calidad de servicio de las MyPes, sector servicios, rubro Hoteles – Caso: Arrendamiento Inmobiliario Punta Sal Bungalows – Tumbes, año 2020**”, la información que usted proporcionará será utilizada solo con fines académicos y conservados con absoluta confidencialidad, por lo que se agradece su valiosa colaboración.

Características de los docentes:

Edad : _____

Sexo : _____

Estado civil :

- a. Soltero
- b. Casado
- c. Viudo
- d. Divorciado

Grado de instrucción :

- a. Educación básica
- b. Técnico
- c. Superior
- d. Posgrado

Características de la MYPE:

¿La empresa tiene RUC?

- a. Si
- b. No

¿En qué régimen tributario se encuentra ubicada su empresa?

- a. Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS)
- b. Régimen Especial
- c. Régimen MYPE
- d. Régimen General

¿Cuántos años de constituida tiene su negocio?

- a. 1 a 3 años
- b. 4 a 6 años
- c. 7 a 10 años
- d. 11 a más años

¿Modalidad de la empresa?


- a. Hotel
- b. Hospedaje
- c. Hostal

Características de la Calidad de servicio:

El cuestionario de la medición de la calidad del servicio proporcionado a clientes por Restaurantes en Sonora, México; utilización de la escala SERVQUALING; la cual presenta fiabilidad general tiene un Alfa de Cron Bach de 0.935, el cual consta de 22 preguntas y 5 dimensiones (*dimensión instalaciones = 5 preguntas; dimensión personal = 5 preguntas; dimensión satisfacción = 4 preguntas; dimensión servicios = 4 preguntas; y dimensión imagen = 4 preguntas*), las cuales tienen 5 opciones de respuesta en escala de Likert (1= muy malo, 2 = malo, 3 = regular, 4 = bueno, 5 = muy bueno). Estas variables fueron re categorizadas mediante baremación por percentiles clasificados en tres categorías: (a) Alto, entre 83 – 110 puntos; (b) Medio, entre 53 – 82 puntos y (c) Malo, entre 22 – 52. (Cadena, Vega, Real, & Vásquez, 2016)

Calidad de servicio					
ITEM	1	2	3	4	5
1. ¿La empresa cuenta con máquinas y equipos de apariencia modernos y atractivos?					
2. ¿Las instalaciones físicas de la empresa son visualmente atractivas?					
3. ¿El personal de la empresa tiene apariencia pulcra?					
4. ¿Los elementos materiales (folletos, reportes y similares) son visualmente atractivos?					
5. ¿Cuándo el personal de la empresa promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace?					
6. ¿Cuándo tienes un problema, la empresa muestra un sincero interés en solucionártelo?					
7. ¿El personal de la empresa realiza bien el servicio la primera vez?					
8. ¿El personal de la empresa concluye el servicio en el tiempo prometido?					
9. ¿El personal de la empresa insiste en mantener registros exentos de errores?					
10. ¿El personal de la empresa le comunica cuándo concluirá la realización del servicio?					
11. ¿El personal de la empresa ofrece un servicio puntual?					
12. ¿El personal de la empresa siempre está dispuesto a ayudarle?					
13. ¿El personal de la empresa nunca está demasiado ocupado para atenderle?					
14. ¿El comportamiento del personal de la empresa le inspira confianza?					
15. ¿Usted se siente seguro en sus trámites con la empresa?					
16. ¿El personal de la empresa es siempre amable con usted?					
17. ¿El personal tiene conocimientos suficientes para responder a sus preguntas?					
18. ¿La empresa le da una atención individualizada?					
19. ¿La empresa tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes?					
20. ¿La empresa tiene personal que le ofrece una atención personalizada?					
21. ¿El personal de la empresa se preocupa por los mejores intereses de sus clientes?					
22. ¿La empresa comprende las necesidades específicas de sus clientes?					

Anexo 02: Consentimiento informado


UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN ULADECH CATÓLICA

Investigador principal: Br. Pazo Eche, Katherine Elizabet.

Consentimiento informado

Estimado participante,

El presente estudio tiene el objetivo de determinar las características de la calidad de servicio de las MyPes, sector servicio, rubro Hoteles – Caso: “Arredramiento Inmobiliario Punta Sal Bungalows” – Tumbes, año 2020.

Si deseas participar, los evaluadores del estudio le presentarán un cuestionario físico. Podrás responder hasta en un tiempo estimado de 40 minutos. Debes saber que todas tus respuestas no se catalogarán como malas o buenas. Intenta responder a todas las preguntas con sinceridad y franqueza, si tienes alguna duda no temas en preguntar. Además, el estudio no representa ningún riesgo, puesto que solo responderás un cuestionario.


Toda la información que proporciones será confidencial y sólo los investigadores y el comité de ética podrán tener acceso a esta información. Será guardada en una base de datos protegidas con contraseñas. Tu nombre no será utilizado en ningún informe. Si decides no participar, no se te tratará de forma distinta ni habrá prejuicio alguno. Si decides participar, eres libre de retirarte del estudio en cualquier momento.


Si tienes dudas sobre el estudio, puedes comunicarte con el investigador principal de Chimbote, Perú Dra. Magaly Quiñones Negrete al celular: 943489768, o al correo: magaly1968@outlook.com.pe

Si tienes dudas acerca de tus derechos como participante de un estudio de investigación, puedes llamar a la Mg. Zoila Rosa Limay Herrera presidente del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Cel: (+51043) 327-933, E-mail: vgorritis@gmail.com.

Obtención del Consentimiento Informado

Me ha sido leído el procedimiento de este estudio y estoy completamente informado de los objetivos del estudio. El (la) investigador(a) me ha explicado el estudio y absuelto mis dudas. Voluntariamente doy mi consentimiento para participar en este estudio:


Luis Francisco Mogollon Clavijo
Administración & Reservas


Pazo Eche, Katherine Elizabet
Investigador

Fecha: 10/02/2020

Anexo 03: Matriz de ítems

N°	Item's																						TOTAL					
	1	2	3	4	5	Total	6	7	8	9	10	Total	11	12	13	14	Total	15	16	17	18	Total		19	20	21	22	Total
1	3	3	3	3	4	16	4	4	3	4	3	18	3	4	4	4	15	4	4	3	4	15	4	4	3	3	14	78
2	3	3	4	4	4	18	3	3	3	4	4	17	4	3	4	3	14	4	3	4	4	15	3	4	3	3	13	77
3	3	3	3	3	4	16	3	4	3	3	3	16	3	3	3	4	13	3	4	3	3	13	4	4	4	4	16	74
4	3	3	4	3	4	17	3	4	3	3	4	17	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	80
5	3	3	3	4	4	17	3	3	4	4	4	18	4	4	3	3	14	3	4	4	3	14	3	4	4	4	15	78

Anexo 04: Álbum de fotografías



Anexo 05: Turnitin

TESIS - TITULACIÓN

INFORME DE ORIGINALIDAD

5%

INDICE DE SIMILITUD

5%

FUENTES DE
INTERNET

0%

PUBLICACIONES

%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.uladech.edu.pe

Fuente de Internet

5%

A .