



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN
LAS MYPE DEL RUBRO HOSPEDAJE DE LA PROVINCIA
DE SULLANA, AÑO 2019**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO
ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

AUTOR:

KATYHUSKA VIOLETA LAZO SILVA

ORCID: 0000-0001-7750-9305

ASESOR:

MGTR. CARLOS DAVID RAMOS ROSAS

ORCID: 0000-0002-5868-2441

SULLANA – PERÚ

2020

2. EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Lazo Silva, Katyhuska Violeta

ORCID: 0000-0001-7750-9305

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de pregrado,

Sullana, Perú

ASESOR

Ramos Rosas, Carlos David

ORCID: 0000-0002-5868-2441

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias

Contables, Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de

Administración, Chimbote, Perú

JURADO

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Rosillo De Purizaca, María Del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Zurita Ramos, Gustavo Alfonso

ORCID: 0000-0001-9605-5676

3. FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas

Presidente

Mgtr. María Del Carmen Rocío De Purizaca

Miembro

Mgtr. Gustavo Alfonso Zurita Ramos

Miembro

Mgtr. Carlos David Ramos Rosas

Asesor

4. AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y a la Virgen
por darme la sabiduría necesaria
para culminar satisfactoriamente
mi trabajo de investigación.

A mis padres, por brindarme su apoyo,
su confianza y esfuerzo de todos los días
para así cumplir mis metas trazadas.

A mi asesor, por su comprensión y
buena enseñanza que transmite a
sus alumnos, para así culminar de manera
correcta el curso de Taller de Investigación IV.

5. DEDICATORIA

A mi Dios, quien supo guiarme
durante todo este tiempo por el
buen camino, darme fuerzas y
salir adelante a pesar de los problemas
que se presentaron.

A mi familia, por su apoyo incondicional,
amor y ayuda en los momentos más difíciles,
a mis hermanos, por estar siempre presentes
acompañándome, para salir adelante
y poder lograr mis objetivos.

6. RESUMEN

La investigación titulada “Gestión de Calidad y Atención al Cliente en las Mype del rubro hospedajes de la Provincia de Sullana, año 2019” tuvo como objetivo general: Caracterizar la Gestión de Calidad y Atención al Cliente en las Mype del rubro hospedaje de la Provincia de Sullana, año 2019. La metodología fue tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental-transversal, con una población de 10 Mypes, a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas, obteniendo como resultados que el 51,47% de los clientes dice que los trabajadores de los hospedajes de dicha categoría si atienden de manera inmediata a los clientes y les están brindando una buena calidad de servicio. Concluyéndose de tal manera que los hospedajes de la Provincia de Sullana año 2019 si están brindando un buen servicio de calidad a sus huéspedes, esto les resulta muy beneficioso, porque está haciendo que sus trabajadores demuestren que están siendo muy bien capacitados para así desarrollarlo correctamente con los clientes.

Palabras clave: atención al cliente, gestión de calidad, hospedajes, mypes.

7. ABSTRACT

The research entitled "Quality Management and Customer Service in the Mype of the lodging category of the Province of Sullana, year 2019" had as general objective: Characterize the Quality Management and Customer Service in the Mypes of the lodging category of the Province of Sullana, year 2019. The methodology was quantitative type, descriptive level, non-experimental-cross-sectional design, with a population of 10 MSEs, to whom a questionnaire of 20 questions was applied, obtaining as results that 51.47% of the clients say that the workers of the lodgings of this category if they attend to the clients immediately and are offering them a good quality of service.

Concluding in such a way that the lodgings of the Province of Sullana year 2019 are providing a good quality service to their guests, this is very beneficial, because it is making their workers show that they are being very well trained to thus develop it correctly with clients.

Keywords: accommodation, customer service, mypes, quality management.

8. Contenido

1. TÍTULO.....	i
2. EQUIPO DE TRABAJO	iii
3. FIRMA DE JURADO Y ASESOR	iv
4. AGRADECIMIENTO	v
5. DEDICATORIA	vi
6. RESUMEN.....	vii
7. ABSTRACT	viii
9. ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	10
2.1 Antecedentes	10
2.1.1. Internacionales	10
2.1.2. Nacionales.....	11
2.1.3. Locales	13
2.2. BASES TEÓRICAS.....	14
2.2.1. Gestión de calidad.....	14
2.2.5. Atención al cliente	20
III. HIPÓTESIS.....	26
IV. METODOLOGÍA	26
4.1. Diseño de la investigación	26
4.2. Población y muestra	27
4.2.1. Población.....	27
4.2.2. Muestra	27
4.3. Definición y operacionalización de las variables.....	29
4.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	32
4.5. Plan de análisis.....	32
4.6. Matriz de Consistencia.....	34
4.7. Principios éticos.....	35
V. RESULTADOS.....	36
5.1 Resultados	36
5.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS	56
5.2.1 Respecto a Gestión de Calidad.....	56

5.2.2	Respecto a Atención al cliente	58
VI.	CONCLUSIONES	61
	RECOMENDACIONES	62
	Montano, J. (s/f). <i>Investigación no experimental: diseños, características, tipos y ejemplos.</i> Obtenido de https://www.lifeder.com/investigacion-no-experimental/#Disenos_de_investigacion_no_experimental	66
	Pelayo, M. F. (01 de 12 de 2012). <i>Determinación del grado de calidad de una empresa a partir de los indicadores de gestión.</i> Recuperado de 28 de 03 de 2017, de https://digital.cic.gba.gob.ar/handle/11746/5444	67
	ANEXOS.....	69
	ANEXO 01: ANÁLISIS DE FIABILIDAD	70
	ANEXO 02: CUESTIONARIO	77
	ANEXO 03: CONSENTIMIENTO INFORMADO	79
	ANEXO 04: VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO	80
	CONSTANCIA DE VALIDACIÓN	80

9. ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 01: ¿El servicio brindado por el hospedaje ha sido de su completa satisfacción?

TABLA 02: ¿Los distintos servicios prestados por el hospedaje son presentados correctamente desde la primera vez?

TABLA 03: En todo momento, en todo momento y en todo lugar, ¿Recibe un servicio de calidad?

TABLA 04: ¿Considera que el hospedaje cuenta con equipos de nuevas tecnologías?

TABLA 05: ¿Cree usted que cuando tienen un problema, el personal muestra un sincero interés en solucionarlo?

TABLA 06: ¿La empresa cuenta con un organigrama establecido y actualizado?

TABLA 07: ¿Usted está conforme con la puntualidad del servicio que se le brinda?

TABLA 08: ¿Considera que el precio por su estadía es justo?

TABLA 09: ¿El hospedaje cuenta con seguridad física (vigilante)?

TABLA 10: ¿La calidad del servicio fue mejor de lo esperado?

TABLA 11: ¿Las habitaciones del hospedaje son amplios y cómodos para recibir atención?

TABLA 12: ¿Los trabajadores del hospedaje se encuentran uniformados e identificados?

TABLA 13: ¿El hospedaje cuenta con equipamiento moderno y adecuado para atender a sus clientes?

TABLA 14: ¿Los trabajadores del hospedaje brindan la información necesaria?

TABLA 15: ¿Los trabajadores atienden de manera inmediata a los clientes?

TABLA 16: ¿Los reclamos y sugerencias de los clientes son atendidos de inmediato?

TABLA 17: ¿Los trabajadores del hospedaje se encuentran capacitados para brindar un servicio seguro y confiable?

TABLA 18: ¿Los trabajadores del hospedaje muestran preocupación por atender los intereses de los clientes?

TABLA 19: ¿Los trabajadores del hospedaje brindan un servicio amable y cortes?

TABLA 20: ¿Volvería usted a solicitar servicio del hospedaje?

Índice de figuras

FIGURA 01: El servicio brindado por el hospedaje ha sido de su completa satisfacción

FIGURA 02: Los distintos servicios prestados por el hospedaje son presentados correctamente desde la primera vez

FIGURA 03: En todo momento, en todo momento y en todo lugar, Recibe un servicio de calidad

FIGURA 04: Considera que el hospedaje cuenta con equipos de nuevas tecnologías

FIGURA 05: Cree usted que cuando tienen un problema, el personal muestra un sincero interés en solucionarlo

FIGURA 06: La empresa cuenta con un organigrama establecido y actualizado

FIGURA 07: Usted está conforme con la puntualidad del servicio que se le brinda

FIGURA 08: Considera que el precio por su estadía es justo

FIGURA 09: El hospedaje cuenta con seguridad física (vigilante)

FIGURA 10: La calidad del servicio fue mejor de lo esperado

FIGURA 11: Las habitaciones del hospedaje son amplios y cómodos para recibir atención

FIGURA 12: Los trabajadores del hospedaje se encuentran uniformados e identificados

FIGURA 13: El hospedaje cuenta con equipamiento moderno y adecuado para atender a sus clientes

FIGURA 14: Los trabajadores del hospedaje brindan la información necesaria

FIGURA 15: Los trabajadores atienden de manera inmediata a los clientes

FIGURA 16: Los reclamos y sugerencias de los clientes son atendidos de inmediato

FIGURA 17: Los trabajadores del hospedaje se encuentran capacitados para brindar un servicio seguro y confiable

FIGURA 18: Los trabajadores del hospedaje muestran preocupación por atender los intereses de los clientes

FIGURA 19: Los trabajadores del hospedaje brindan un servicio amable y cortes

FIGURA 20: Volvería usted a solicitar servicio del hospedaje

Índice de cuadros

Cuadro 1. Matriz de operacionalización de las variables Gestión de Calidad, atención al cliente y satisfacción del cliente.....	
Cuadro 2. Matriz de Consistencia.....	

I. INTRODUCCIÓN

La ciudad de Sullana es una provincia del departamento de Piura, que se encuentra en la parte norte del Perú. Su ubicación estratégica la convierte en paso obligatorio por todos aquellos que quieren ingresar o salir por el norte del país. Otro aspecto importante de la Ciudad de Sullana es que tiene un gran movimiento en cuanto a comercio y servicios de restauración, por lo que la convierte en un destino turístico gastronómico. De esta manera los servicios de hospedaje son negocios que empiezan a tomar relevancia, por lo que se cree conveniente realizar la investigación denominada “Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE del rubro hospedaje de la Provincia de Sullana, año 2019.”

Las MYPE dedicadas al rubro hospedaje son conscientes de que la mejor manera de destacar en la competencia, es ofreciendo servicios adecuados a los clientes, sobre todo ayudando a contribuir a las personas a tener una perspectiva de negocios y descubrir nuevas estrategias a utilizar para así ayudar a que una empresa resalte y tenga una buena aceptación reconocida a nivel local, nacional e internacional.

Existen empresas que necesitan modernizarse para ser competitivos, con una diversificación marketing que ha orientado su quehacer empresarial, con una prestación de servicios al cliente, con proyección de visitantes turistas, que debe estar en permanente mejoramiento del servicio que ofrece, ya que una empresa debe ofrecer mejores servicios que la competencia, por ello consideramos explicar la necesidad de orientar la presente investigación en cuanto a “Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE del rubro hospedaje de la Provincia de Sullana, año 2019”.

La calidad del servicio en los hospedajes en la ciudad de Sullana es algo que todavía no se puede conocer en su totalidad pues aun no existen los estudios suficientes o si existen no son los adecuados. La satisfacción de los clientes es un factor relevante que todo empresario debe considerar si busca ser competitivo y tener rentabilidad.

Es importante revisar la realidad problemática teniendo en cuenta los factores que afectan a la MYPE del rubro hospedaje, así tenemos que en cuanto al factor político, últimamente han surgido iniciativas, públicas como privadas, en favor del poder de estas personas a la equidad de relación en el turismo, lo que ha provocado una gran concienciación en diversos ámbitos empresariales, políticos y sociales.

En cuanto al factor económico, actualmente, el país continúa trabajando por el crecimiento económico, ya que la economía de Sullana está organizada por las entidades públicas y privadas. Así mismo, el Perú se mantiene en el tercer lugar dentro de las economías con un mejor clima para los negocios. Sin embargo, hoy en día existen muchas entidades bancarias las cuales ofrecen préstamos a los empresarios, ya sea para ampliar tu negocio o emprender algo nuevo, siempre y cuando las tasas de interés no sean tan elevadas.

En el aspecto social, Si bien es cierto, la mayoría de los países, han sido afectados por problemas sociales, como por ejemplo la pobreza, y es por ello que nosotros como profesionales estamos aquí para ayudar a mejorar la población brindando un empleo a quien lo necesita y así mejorar su calidad de vida, desarrollando responsabilidad social.

La Tecnología en este sector se presenta como un cambio que influye en la productividad del negocio de hospedajes. De esta forma, es fundamental que los hospedajes estén junto con la tecnología, ya que esto nos permite ganar diferencia de los competidores y así hacer una inversión para una mejoría de las mypes

La ecología hoy en día se ha convertido en parte fundamental en la vida organizacional de las empresas, el cambio de clima representa un desafío para las empresas, ya que puede perjudicar sus procesos, así como los precios, por las variaciones climáticas de la contaminación del medio ambiente ya que las personas no hacemos el uso correcto de los recursos naturales y al considerar disminuir el empleo de determinadas materias primas o también considerar la investigación de sustitutos, viéndose en la obligación de ajustar sus procesos, productos o servicios.

Por otra parte, en la ciudad de Sullana, existen establecimientos conocidos como mype dedicados al rubro hospedaje, sin embargo se necesita conocer si estas mype tienen características de diferenciación, al igual que el nivel de satisfacción de los clientes, ya que para mejorar la calidad del servicio hotelero, se debe proporcionar una Formación adecuada en los diferentes centros de trabajo difundiendo un mensaje que explique el significado de la calidad y el porqué es necesario. Así mismo, lograr cada uno de los objetivos en los diferentes centros de trabajo una Capacitación tecnológica acorde a la experiencia y al puesto de trabajo en el que se desempeña. Almarstar (2017)

Las micro y pequeñas empresas representan un sector de vital importancia dentro de la estructura productiva del Perú, de forma que las microempresas representan el 97.9% si se añaden las pequeñas empresas, también. Vásquez (2013)

Según diversos estudios, la mitad de las Mype son formales e informales, en el sentido que formalidad tratan de operar legalmente, observando las normas vigentes. Por el lado laboral, la MYPE tiene como finalidad promover la formalización de los trabajadores de la empresa, así como el acceso a los derechos socio laborales. Sin embargo, la informalidad es mayor ya que llega al 70%. Es por ello que existen empleados informales dentro de empresas formales.

En la presente investigación hemos optado por trabajar con los establecimientos de hospedaje tres estrellas de la Provincia de Sullana, en el cual nos menciona que;

De acuerdo al Decreto Supremo N°001-2015-mincetur, 09.06.2015 constituye las disposiciones para poder clasificar, categorizar, operacionalizar y supervisar de los hospedajes, así como el desempeño de los instrumentos en dicho tema, el deber de mostrar una Declaración Jurada de desempeño de los requisitos para el beneficio de los servicios. Constituye la clasificación de Hotel, Hospedaje, Apart-Hotel y Hostal, que logren ser exhibidos por los hospedajes que cumplan con los requisitos de Infraestructura en la Norma A.030 Hospedaje del Título III del Reglamento Nacional de Edificaciones aceptado por Decreto Supremo N°006-2014-VIVIENDA, así como los requisitos de equipamiento y servicios de acuerdo a la clase y categoría solicitada.

En el Perú mucho se ha discutido de la importancia de las micro empresas en la actividad económica, tanto a nivel de generación de empleo que generan, así como actividades económicas que desarrollan y su aporte a la economía. Sin embargo, son pocos los trabajos que han realizado gestión de calidad, diferenciando distintos tipos de microempresas, dada en la calificación de su personal, entre otras cosas. Pinilla (2006)

Debido a la existencia y el incremento de las MYPE en nuestro País, esto hizo que el Estado tomara medidas drásticas para el crecimiento y desarrollo es así que en el año 2002 y 2013 los salarios reales crecerían a un ritmo de 3.6% anual y la cobertura de la seguridad social en salud aumentó del 30% al 59%. El crecimiento económico de los sectores más intensivos en empleo como Agricultura, Comercio, Otros servicios y, en cierta medida, Restaurantes y hoteles, explica el proceso de formalización. Considerando

que la formalización es un proceso con múltiples causas, se analiza comparativamente aquellos factores que estarían detrás del proceso de crecimiento de la tasa de empleo. Chacaltana (2016)

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), mediante el Informe Técnico Comportamiento de la Economía Peruana, en el Primer Trimestre de 2018, dio a conocer la evolución favorable de la demanda interna dinamizada por el incremento del consumo y de la inversión, aumentó en 3,2% en un contexto internacional de mayor impulso en el crecimiento de las economías de nuestros principales socios comerciales que repercutió en el precio y volumen de las exportaciones. Sánchez (2016)

Bresani (2018) señala que la gestión de calidad proporciona una estructura para hacer las cosas de manera adecuada, eficiente y efectiva. Como consecuencia de ello, la satisfacción de las necesidades del cliente se convierte en el objetivo principal de toda la organización, puesto que es el mejor medio para lograr sus propios objetivos de crecimiento en la empresa.

La calidad en el servicio poco a poco toma una gran importancia en todos los negocios. Por el simple hecho de que los clientes exigen siempre lo mejor. La atención al cliente o servicio al cliente es lo que proporciona una empresa para relacionarse con sus clientes.

A finales del siglo pasado la calidad del servicio empezó a tener un nivel competitivo destacando la satisfacción de los clientes y ser considerado como una ventaja competitiva para las empresas.

La importancia de la atención al cliente para las empresas actuales se ha convertido en una importante ventaja competitiva que les permite mantenerse en el mercado, crecer y obtener rentabilidad. Esta ventaja atrae a los clientes y crea la confianza suficiente para que vuelvan a solicitar servicios ofrecidos por la empresa.

En el marco socio cultural los emprendedores de los hospedajes, se preguntan ¿Por qué un solo tipo de producto tiene más volumen de venta?; es debido a que el comportamiento del consumidor se constituye en uno de los pilares de la mercadotecnia, por ello se preocupan por tratar de conocer los patrones de sus consumidores como: reconocer su

necesidad, observan de manera directa la conducta del cliente, identificar la decisión de compra en el marco de necesidad, gusto, preferencia, siendo vigilantes del retorno de su cliente. Las mype del rubro hospedaje, no desarrollan inversión en proyecciones menos en capacitación para brindar una mejor o excelente atención a su cliente. De otro lado siendo los aspectos sub culturales, se dice que una sub cultura se distingue dentro de una gran sociedad mucho más compleja y sus miembros poseen creencias, valores, mitos y costumbres, así lo afirma Chumacero (2018) .

Según Chumacero (2018) las tecnologías actuales que se han generado en la globalización y después de la revolución industrial, permiten el dominio de la conexión de la fabricación, distribución y venta al consumidor, quien se constituye en el gran protagonista de la innovación, el cambio del proceso productivo, a la par con la exigencia y preferencia del consumidor. El rubro hospedaje utiliza la tecnología intensiva en mano de obra, por ser un sector de servicios. También utiliza tecnología en capital para las comunicaciones, equipos y maquinarias. Los servicios turísticos que se ofrecen requieren de empleos directos y permanentes, los que se ubican mayormente en los establecimientos de hospedaje, negocios de comidas y bebidas, agencias de viaje y transporte turístico.

Según EL PERUANO (2013) la Ley N° 30056, ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial publicada el 02 de julio de 2013, se han introducido importantes modificaciones en el régimen laboral especial de los micros y pequeñas empresas.

Debido a que la mayoría de las MYPE optan por contratar personal sin experiencia en atención al cliente, que muchas de las veces son familiares, amistades cercanas, entre otros, y dentro del negocio ocupan un puesto ya sea administrativo o de ventas, en las cuales no tienen la experiencia suficiente para ocupar estos puestos. Este problema se ha presentado cuando el personal no calificado no puede solucionar problemas a tiempo y atender las necesidades correspondientes de los clientes viendo por falta de experiencia en los trabajadores. Clinton (2016)

Las mype contribuyen a la generación de empleo, que si bien es cierto muchas veces no lo genera en condiciones adecuadas de realización personal, contribuye de forma creciente a aliviar el alto índice de desempleo que sufre nuestro país. Sánchez (s/f)

En los últimos años la gestión de calidad del servicio se ha convertido en uno de los medios más utilizados para las mype viene hacer un complemento para el hombre su desarrollo frente a los clientes la manera como brindamos el servicio. Es evidente que la calidad de servicio y la Formalización convierte a los individuos en un arte de cambio que enfrenta un nuevo mundo lleno de transformaciones en el servicio y en el mercado de las mype, es decir toda empresa tiene que enfocarse en la calidad de servicio que este da a sus clientes, ya que cada cliente es distinto y requiere de diferentes estrategias para otorgarle el servicio adecuado, y la atención adecuada. La evolución de la calidad de servicio y productividad se basan en como uno atiende a sus clientes, como uno brinda su servicio para mantener a sus clientes estables en su empresa. Martínez (2014)

Por eso se deben modernizar los procesos productivos para incrementar la participación en el mercado interno. Todo eso generará un incremento de exportación de productos, aprovechando de los tratado de libre comercio que hay hasta la fecha.

En los últimos años, el crecimiento de las mype ha sido muy importante ya que ha generado de suma importancia una principal fuente de empleo como herramienta de promoción de empleo en la medida en que sólo exige una inversión inicial y permite el acceso a estratos de bajos recursos. Puede potencialmente constituirse en apoyo importante a la gran empresa resolviendo algunos cuellos de botella en la producción. Así se da oportunidad a que personas sin empleo y de bajos recursos económicos, a que puedan generar su propio empleo, y así mismo contribuyan con la producción de la gran empresa. Tello (2014)

El Plan de Diversificación Industrial, permite que las mype mejoren su productividad y generen nuevos motores de crecimiento económico que lleven a la diversificación y la sofisticación económica, la reducción de la dependencia a los precios de materias primas, la mejora de la productividad, el aumento del empleo formal y de calidad, y un crecimiento económico sostenible de largo plazo. SINIA (2014)

El 99,6 % de las empresas que existen en Perú son consideradas pequeñas y medianas, según información del Instituto Nacional de Estadística e Informática. El reporte indica que en Perú existían, a junio de 2013, 1.713.272 empresas, de las cuales el 99,6 % son

micro, pequeñas y medianas. Las MYPE forman parte de sectores dinámicos en nuestra economía, pero no están aprovechando el potencial que adquirirían de entrar en el sector formal, ni están consolidándose en el mercado como un agente competitivo. EFE (2013)

Es por ello que se hace uso de las 5 fuerzas de Porter para encontrar la importancia de la Gestión de Calidad y atención para conseguir clientes satisfechos.

En cuanto al poder de negociación de los clientes, existe un nivel muy alto de sensibilidad al precio por lo que impide una posibilidad de utilidades. Sin embargo, existe un crecimiento en este tipo de servicios, por lo que se establece un mercado en el poder de negociación con los clientes.

Con respecto al poder de negociación de los proveedores es importante incorporar los gastos generados en la línea del negocio para mejorar el poder de negociación y comprar, esto ayudará asegurar acuerdos con la empresa y a obtener servicios de valor agregado. Así mismo, se considera incorporar proveedores, los cuales vengan de empresas de alto servicio, esto hará que los demás hospedajes sientan una presión en el mercado.

De tal manera que en la amenaza de nuevos competidores entrantes existen hospedajes, los cuales cuentan con un aviso en la barrera de entrada. Este servicio ofrece precios bajos por medio de sus clientes, para que así ellos se encuentren una necesidad de volver al mismo lugar. Para enfrentar esta amenaza podemos incrementar la inversión de publicidad en distintos lugares, esto permitirá mejorar la gestión de calidad de la empresa y el cliente se encontrará satisfecho con el servicio brindado.

De acuerdo a la amenaza de nuevos productos sustitutos si bien es cierto los hospedajes tres estrellas de la Provincia de Sullana, brindan un servicio acogedor, respaldando una buena calidad y mejorando la expectativa de los clientes, laborando con un equipo de trabajadores capacitados a ofrecer un buen servicio.

Finalmente la rivalidad entre los competidores es muy alta en el mercado, ya que anualmente ingresan nuevas empresas con este rubro, incrementando una competencia dura, por lo que se recomienda mejorar la calidad del servicio, teniendo en cuenta las ofertas y ofreciendo un valor agregado a los clientes.

Es por ello que en la presente investigación plantea como pregunta: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE del rubro hospedaje de la provincia de Sullana, año 2019?

Al mismo tiempo se plantea como objetivo general: Describir las características de Gestión de Calidad y Atención al cliente en las Mype del rubro hospedaje de la Provincia de Sullana, año 2019.

Para ello se han propuesto los siguientes objetivos específicos:

- Determinar las principales características de la gestión de calidad en las MYPE del rubro hospedaje de la Provincia de Sullana, año 2019.
- Identificar la atención al cliente en las MYPE del rubro hospedaje de la Provincia de Sullana, año 2019.
- Describir la satisfacción del cliente en las mype del rubro hospedaje de la Provincia de Sullana, año 2019.

La presente investigación se justifica porque nos permitirá conocer de manera descriptiva como se vienen desarrollando las micro y pequeñas empresas en la Provincia de Sullana. Asimismo, la investigación es técnicamente posible porque existe el personal, la capacidad y el apoyo de la Uladech Católica. La información que se recolectará se obtendrá mediante fuentes de información confiables; la investigación será posible ya que se cuenta con los recursos necesarios para lograr alcanzar a terminar dicho estudio.

La presente investigación justifica su importancia por cuanto llenara el vacío de conocimiento debido a que no existe reporte de las características de la gestión de la calidad en las mype de la provincia de Sullana.

Dentro de este contexto, la presente investigación desarrolla una gestión de calidad y atención al cliente en las mype del rubro hospedajes de la Provincia de Sullana, para ello se realiza un alcance de la realidad del rubro hospedaje de la Provincia de Sullana y la problemática relacionada con las mype seleccionadas, determinando su actual

posicionamiento en la Provincia de Sullana, así como las oportunidades, opciones y estrategias que se plantearían para mejorarlo.

En cuanto a la relevancia social la presente investigación nos permitirá conocer el nivel de satisfacción que muestran los establecimientos de la Provincia de Sullana, esto depende de los clientes quienes acuden a dichos hospedajes, los resultados obtenidos nos facilita la seguridad para la toma de decisiones y la mejora de los servicios, de dicho modo que coopere en el progreso de la gestión de calidad y la atención al cliente en el rubro hospedajes.

Dicha metodología se justifica de tal manera que aportará un instrumento de recolección de datos, el cuestionario, válido y confiable, será de mucha importancia para que pueda ser utilizado como fuente de información para realizar el mismo estudio en otras ciudades.

De esta manera, la presente investigación ha sido justificada ya que será un gran aporte para los alumnos universitarios que deseen realizar investigaciones acerca de los establecimientos de hospedaje.

Así también, nos servirá como aporte a nuestra vida universitaria para optar el título profesional de licenciado en administración de empresas, formando parte de experiencia para los alumnos que deseen realizar investigaciones acerca de los establecimientos de hospedaje.

Finalmente, se realizará un muestreo a los clientes de los hospedajes de la ciudad de Sullana. El trabajo de investigación se justificó metodológicamente para cumplir los objetivos se recurrió a las técnicas de investigación como de instrumentos que permitieron obtener información cuantitativa, con el uso de herramientas estadísticas, que consolidaron fuentes e información empleadas al logro de los objetivos específicos.

Para la obtención de los datos, se determinó el tamaño del universo y muestra, y se ha diseñado un cuestionario para la recolección de información. Esta investigación permitirá conocer el nivel de calidad y la satisfacción del cliente de los hospedajes de Sullana.

Para lo cual se empleará una investigación de tipo descriptivo – no experimental. Se llevará a cabo la técnica de recojo de datos de encuesta, siendo su instrumento el cuestionario estructurado que contiene 20 preguntas ya sea para las variables gestión de calidad y atención al cliente.

La presente investigación se justificó con el fin de poder dar a conocer de qué manera las mype están causando hoy en día un alto potencial económico a nivel internacional, nacional y provincial. Es importante saberlo ya que gracias a esta investigación será de mucha ayuda para algunas empresas que no tienen conocimiento de gestión y atención al cliente en las mype. Es por ello que las empresas de la ciudad de Sullana presentan limitaciones en su desempeño como consecuencia de una baja calificación tanto para el empresario como para los trabajadores. Balladares (2018)

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1. Internacionales

Díaz (2018) en su trabajo de investigación titulado Modelo de gestión para satisfacer las necesidades de los clientes de la empresa MEGAPROFER S.A., ubicada en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato, cuya actividad está orientada a la importación y comercialización de productos ferreteros. Tuvo como objetivo general: Determinar cómo un modelo de gestión de calidad incide en la satisfacción del cliente de la empresa MEGAPROFER S.A de la Ciudad de Ambato, cuya actividad está orientada a la importación y comercialización de los productos ferreteros. Obteniendo como resultados: De los 225 clientes encuestados el 34.67% considera que el servicio es excelente, el 65.33% dice que el servicio que presta la empresa es bueno, el 0% que es regular y malo. Del 100% de los clientes encuestados el 98.67% está de acuerdo que se implante un modelo de gestión de calidad y el 1.33% no se encuentra de acuerdo. Se concluye: Se ha detectado que la calidad de servicio y atención que brinda la empresa tan solo es bueno, creando insatisfacción al cliente. La calidad de los productos ofertados por la empresa, no siempre reúne las condiciones de garantía y calidad que el cliente desea. Este trabajo de nivel internacional tiene relación con mi

trabajo de investigación en cuanto a la variable de Gestión de Calidad sector de ferretería.

2.1.2. Nacionales

Gaby (2017) en su trabajo de investigación titulado Caracterización de la capacitación en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro de hoteles de Tres Estrellas del distrito de Huaraz, 2016. El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general describir las principales características de la capacitación en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz; 2016. Para el desarrollo del presente trabajo se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptiva cuantitativa y diseño transaccional. Para el recojo de información se identificó una población de 18 empleados, de los cuales se consideró una muestra de 95 empleados a quienes se les aplicó un cuestionario de 15 preguntas cerradas por medio de la encuesta, de lo cual se obtuvo los siguientes resultados: El 31,82% manifestaron que los conocimientos de los empleados son limitados para contestar las preguntas de los clientes, 27,3% expresaron que regularmente el personal es capaz de escuchar y responder acertadamente a las opiniones de los clientes y el 38% indicaron que muy pocas veces el personal del hotel culmina el servicio en el tiempo prometido. Finalmente se concluye que en los hoteles del distrito de Huaraz existe deficiencia sobre la capacitación en atención al cliente por consiguiente existe un grupo de clientes insatisfechos con la atención brindada, mientras la otra parte optan por retirarse del establecimiento sin adquirir servicio.

Balladares (2018) en su trabajo de investigación titulado “CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y CAPACITACIÓN DE LAS MYPES EL SECTOR SERVICIO RUBRO HOSPEDAJES EN EL DISTRITO DE TUMBES, 2017”. El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general Determinar la caracterización de la gestión de calidad y capacitación en las MyPes el sector servicio rubro hospedajes en el distrito de Tumbes, 2017. El tipo de investigación del trabajo es Descriptivo, su nivel es cuantitativo y el diseño es no experimental de corte transversal; para este trabajo se usó una población de 15 Hospedajes, a quienes se les aplicó el cuestionario usando la encuesta como técnica. En donde se concluye que las

ventajas de la capacitación en las MYPES del rubro, se ha encontrado que la mayoría de trabajadores no se identifica con la empresa; sin embargo, la mayoría de ellos han señalado que la empresa cumple con capacitarlos y muchos señalan que pueden tomar sus propias decisiones en el trabajo, aunque también consideran que no pueden desarrollar el máximo de sus habilidades. Finalmente se describió que la satisfacción de los clientes están en base a las ofertas que la empresa ofrece, además que el personal posee la capacidad de poder tomar decisiones y reducir los problemas que suscitan, respecto a la higiene de los ambientes se refleja que están totalmente de acuerdo que los ambientes se presentan limpios, pero que existe en promedio existe confianza entre los trabajadores y los clientes.

Abad (2018) en su trabajo de investigación titulado Caracterización de la gestión de la calidad y competitividad de la MYPES del giro hostales y hospedajes en el distrito de Chiclayo en el año 2016. El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general determinar las características de la gestión de la calidad y la competitividad de las Mype del giro hostales y hospedajes en el distrito de Chiclayo 2016. Para el desarrollo del presente trabajo se desarrolló la metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal. Obteniéndose como resultados principales que la mayoría de microempresarios encuestados el 85% (69), apuestan por la calidad del servicio y la buena atención a los clientes; el 12% (10) se orientan por una mayor publicidad y el 14% (12) se enfocan en el precio que ofrecen; en cuanto a los resultados de la competencia los microempresarios encuestados, el 40% (32) se enfocan al trato cordial que brindan a los clientes, el 54% (44) a las comodidades que solicitan los clientes y 6% (5) se enfocan a la seguridad de sus clientes y las instalaciones a diferencia de los competidores del mismo rubro. Finalmente se concluye que la caracterización de la gestión de la calidad y competitividad influye positivamente en los beneficios de las Mype del giro de hostales y hospedajes del Distrito de Chiclayo. Todos los microempresarios apuestan en ofrecer una mejor atención de calidad, mayor publicidad y servicios de seguridad en las instalaciones y clientes. La Caracterización de la gestión de la calidad actúa positivamente en las Mype del giro de hostales y hospedajes del Distrito de Chiclayo. Todos los microempresarios apuestan en ofrecer una mejor atención, calidad de servicio y capacitación a sus trabajadores. Las Características de la competitividad se rigen de acuerdo a lo exigido por los clientes al momento de brindar los servicios, Siendo la

misión principal de los hostales y hospedajes satisfacer todas las expectativas requeridas por los clientes.

2.1.3. Locales

Sánchez (2017) en su trabajo de investigación titulado: “Características de la gestión de calidad y atención al cliente del restaurante el Leñador y algo más del distrito de Sullana, año 2017”, tuvo como objetivo general: Determinar las características de gestión de calidad y atención al cliente del restaurante el Leñador y algo más del distrito de Sullana, año 2017. El tipo de investigación fue no experimental-transversal-descriptivo- cuantitativo. La primera población para la variable gestión de calidad está conformada por 5 trabajadores, siendo la muestra 5. La segunda población para la variable atención al cliente se considera infinita, la cual está conformada por los clientes del restaurante, siendo la muestra 68; a quienes se les aplicó un cuestionario, utilizando la técnica de la encuesta. Los principales resultados de la gestión de calidad fueron: El 100% de los trabajadores manifestó que la empresa cuenta con políticas de calidad establecidas y el 100% de los trabajadores señaló que la empresa motiva a su personal. Respecto a la atención al cliente: El 57% de los clientes señaló que la mayoría de veces se le agradece por su visita, el 69% señaló que a veces la atención del servicio es rápida, el 49% señaló que la mayoría de veces la actitud del personal es amable, cortés y agradable. Llegando a las siguientes conclusiones que el restaurante “El Leñador y algo más” cuenta con políticas de calidad establecidas y la percepción para la mayor parte de los clientes del restaurante es regular.

Sánchez (2017) en su trabajo de investigación titulado “Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en el Hospedaje “El Otro Primavera” del distrito de Sullana año 2017”. Teniendo Como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en el Hospedaje “EL otro primavera” del distrito de Sullana 2017. La investigación fue de tipo descriptiva, debido a que solo se limita a describir las principales características de las variables en estudio; como muestra de estudio, se han tomado 96 clientes de dicho hospedaje a los cuales se les aplicó un cuestionario de 19 preguntas obteniéndose como resultado que del 100% de los encuestados el 40% Considera que el hospedaje siempre cuenta con los recursos necesarios para brindarle un buen servicio, el 32% Considera que el

hospedaje a veces cuenta con los recursos necesarios para brindarle un buen servicio, y el 28% considera que el hospedaje nunca cuenta con los recursos necesarios para brindarle un buen servicio concluyéndose que los beneficios de la gestión de calidad del Hospedaje “El Otro Primavera” están determinados a proporcionar bienes y servicios para satisfacer a clientes y adaptarse a sus expectativas, empleando las habilidades de todos los colaboradores para conseguir ventajas competitivas para la organización. Finalmente Los beneficios de la gestión de calidad del Hospedaje “El Otro Primavera”, están determinados a proporcionar bienes y servicios para satisfacer a los clientes adaptándose a sus expectativas, empleando las habilidades de todos los colaboradores para conseguir ventajas competitivas para la organización. La atención del cliente del Hospedaje “El Otro Primavera” Sullana 2017, es importante porque permite que la relación con los clientes sea permanente logrando fidelizar a los clientes, escuchando sus necesidades para estar en mejora continua.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. Gestión de calidad

2.2.1.1. Definiciones

Según Ucha (2011) llama Gestión aquel conjunto de acciones de alguien o una organización que lleva a cabo la misión de administrar una empresa, un negocio o solucionar un asunto. En tanto, la calidad es una propiedad positiva que implica que quien la ostenta presenta una superioridad con respecto a sus pares, es decir, se trata de algo excelente. Denominada también como sistema de gestión de calidad, aquel conjunto de normas correspondientes a una organización, vinculadas entre sí y a partir de las cuales es que la empresa u organización en cuestión podrá administrar de manera organizada la calidad de la misma. La misión siempre estará enfocada hacia la mejora continua de la calidad.

Es la adecuación para el uso en términos de diseño, conformación, disponibilidad, seguridad y uso práctico y se basa en sistemas y técnicas para la resolución de problemas. Juran enfoca su atención en la administración vista de arriba hacia abajo y en métodos o técnicas, antes que el orgullo o la satisfacción del trabajador, factor que le diferencia de la filosofía de Deming. Zepeda (2012)

2.2.2. Principios de la gestión de calidad

La Gestión de calidad aparece como principio en una organización en el siglo XXI y está vinculado a aquella empresa moderna que busca consolidarse, crecer y desarrollarse para tener éxito. Los principios de organización son las grandes premisas a transmitir por la alta dirección de la empresa.

Estos principios no deben ser cerrados, para que cuando se implante la norma ISO 9001 la organización no se resienta. Para que dicha norma le pueda ser útil a la empresa tiene que tomarse no como un sistema a implantar sino como un sistema de referencia. Lo deseable es que sea un proceso de mejora continuo en el cual la norma ISO-9001 actúe como parte del principio de organización de la calidad y la empresa se vaya auto organizando con referencia a esa normativa. ISO (2015)

- Enfoque al cliente: Las organizaciones dependen de sus clientes, y por lo tanto deben comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer los requisitos de los clientes y esforzarse en exceder las expectativas del cliente.

La gestión de calidad surge en la década de los ochentas como un nuevo enfoque que considera la calidad como un aspecto más estratégico, hay un énfasis en la mejora continua de los procesos, así como en las necesidades y satisfacción de los clientes, lográndose oportunidades competitivas para la empresa las cuales se puede traducir en ventajas sostenibles y duraderas. Esta nueva concepción de la gestión de calidad, aborda la calidad como una oportunidad latente en todos los procesos de la empresa para mejorar y generar diferenciación con respecto a sus competidores.

2.2.2.1. Enfoque al cliente

Según Martínez (s.f) el enfoque al cliente es un desarrollo de sistemas organizacionales para crear bienes o servicios que cubran las expectativas de quienes lo reciben.

2.2.2.1.1. Satisfacción

Es la comparación de las necesidades y expectativas con en relación a la percepción de la calidad del producto o servicio del que le la obtiene.

2.2.2.2.Participación del personal

El personal es consciente de la importancia de su trabajo y función de la empresa.

Ramos (2015)

2.2.2.2.1. ¿Qué implica la participación del personal en la gestión de una empresa?

Posibilita la controversia sobre los inconvenientes y temas de interés involucrados con la administración de la organización.

2.2.2.2.2. ¿Qué beneficio obtengo de la participación del personal?

- Un personal motivado, involucrado y comprometido en la organización.
- Crecimiento en la función de innovación y creatividad para la definición de las metas de la organización.

2.2.3. Control de calidad

El control de calidad como proceso debe tener en consideración las etapas de planificación, control y mejora. La calidad, en este sentido, no sólo se refiere a la durabilidad de un producto o la satisfacción en un servicio, sino que implica cumplir con estándares de rentabilidad financiera, crecimiento comercial y seguridad técnica definidas por la dirección de la empresa.

El control de calidad son herramientas y mecanismos que implican inspección, control, garantía, gestión y entrega de los productos y servicios. La gestión de calidad planifica este proceso teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- Financiero: el uso efectivo de los recursos.
- Comercial: el mantenimiento de la competitividad en relación a su calidad y precio.
- Técnico: eficiencia y seguridad en los procesos.

2.2.3.1.Herramientas de gestión de calidad

2.2.3.1.1. Servicios en hospedajes

Según Sánchez (2016) nos dice que por estos servicios, se refiere al conjunto de calidad y al beneficio condicionado que ofrecen los hospedajes a sus huéspedes. Los hospedajes ofrecen variados servicios de acuerdo a su ubicación, categoría, tarifas y peculiares características, con el objetivo principal de captar la mayor parte posible de los diferentes segmentos del mercado.

Dentro de los elementos que conforman estructuralmente un servicio son:

1. Calidad: confianza que inspira al servicio, tanto por experiencias anteriores como por el desarrollo eficiente de sus prestaciones.
2. Particularidades: características físicas y de operación de un hospedaje y sus servicios.
3. Beneficios: esencia del servicio, se entiende como la satisfacción que proporciona el hospedaje a sus huéspedes y clientes.

-Entorno y recepción: Es el primer contacto del hospedaje con el huésped y la primera experiencia en su estancia.

-Habitación: Es una pieza clave en el producto y propuesta de valor del establecimiento, debe independientemente de la categoría o nivel de lujo del hospedaje, ser un lugar limpio, con una temperatura confortable y con niveles de iluminación y ruido tales que permitan al huésped tener un adecuado descanso.

-Alimentos y bebidas: Son un complemento al servicio de hospedaje. El turista valora la calidad y cantidad de servicios que se ofrecen a este. Junto con el cuarto se puede optar o no por algún servicio de alimento, a lo que denominamos “plan de alimentación”.

-Hospedaje: Hace referencia al servicio que se presta en situaciones turísticas y que consiste en permitir que una persona o grupo de personas acceda a un albergue a cambio de una tarifa.

-Business Centre: Aquellos hospedajes de mayor categoría o que poseen una demanda mayoritariamente corporativa, suelen poseer un área llamada business centre, o “centro de negocios”, donde se provee servicios de comunicación, computadoras, y en algunos casos sala de reunión. Este servicio varía de acuerdo con los hoteles, pudiendo o no encontrarse incluido en la tarifa del cuarto.

2.2.3.1.2. Sistema de Gestión de Calidad

Grupo de actividades donde se desarrollan características para que cumplan los objetivos. Se debe tener en cuenta los conceptos para así evitar que un sistema de gestión de calidad incorpore una realización de acciones que no pertenecen. El planteamiento es establecido en donde los requisitos deben cumplir al servicio. Se decide la forma en la cual se cumplen los requisitos de una manera eficiente. Las

normas de la gestión de calidad incluyen requisitos que son aplicados en un caso particular, siempre y cuando determine que los requisitos sean equivalentes a todos los requisitos del servicio brindado. Se podría usar también aquel requisito de norma aplicable al servicio. Arias (2010)

Acoger al sistema de calidad es un valor estratégico donde toma dirección de una organización. El planteamiento y la implantación de un sistema de gestión de calidad de una empresa donde se encuentra influido en la naturaleza de cada empresa, por sus necesidades, por sus objetivos particulares, por los servicios que proporciona, por los procesos que emplea y por el tamaño y la estructura de la misma. El éxito de una empresa se consigue mediante la implementación y el mantenimiento del sistema de gestión de calidad diseñado para mejorarlo de forma continua.

2.2.4. Elementos de la gestión de calidad

Los componentes de gestión son actividades coordinadas al respecto Centurion (2009) afirma que un método laboral no es más que una serie de actividades coordinadas que se llevan a cabo sobre un conjunto de elementos para lograr la calidad de los productos o servicios que se ofrecen al cliente, es decir, es planear, controlar y mejorar aquellos elementos de una organización que influyen en el cumplimiento de los requisitos del cliente y en el logro de la satisfacción del mismo.

- El sistema empresarial: es el grado y compromisos que conceptualizan las empresas para alcanzar sus metas. que define una organización para lograr sus objetivos. Es aquella forma en donde la empresa reúne a sus trabajadores, según sus labores definidas.
- El proyecto: organiza un grupo de acciones que aceptan a la empresa diseñar un plan para obtener las metas planteadas.
- Bienes: es útil para lograr las metas planteadas en la empresa.
- Desarrollo: es un grupo de acciones que modifica componentes de ingreso en la producción y trabajo. Las empresas se desarrollan, estos solicitan bienes, métodos, proyectos y acciones así como sus encargados.

- Técnicas: es la manera de realizar un procedimiento. Un grupo de mejora minuciosa que se ejecuta para lograr cambiar los componentes de un avance de ingreso en la producción y trabajo.

2.2.4.1. Calidad del Servicio

Según Ovando (2005) un buen servicio ya no basta para garantizar la diferenciación, competir sobre la base del valor sin competir por precio, motivar a los empleados a mejorar sus trabajos o para obtener rendimientos financieros, dado que muchas empresas ya alcanzaron este nivel y el grado de competencia es muy alto.

Cuando hablamos de calidad en servicio, inmediatamente se nos viene a la mente el concepto cliente. Hoy en día, como clientes, todos buscamos calidad, queremos productos que satisfagan nuestras necesidades, a un bajo costo, que sea durable, tecnológico, que exista una gran variedad de opciones en el mercado, etc. Por otro lado, esperamos servicios que se encuentren orientados a la satisfacción de nuestras necesidades, en donde nos entreguen una buena atención en términos de amabilidad, información, por mencionar algunas.

Con una gran cantidad de requerimientos que varían todo el tiempo, hoy las empresas deben lidiar con clientes que son cada vez más complejos, manejan gran cantidad de información respecto de sus preferencias, son exigentes en relación con lo que esperan obtener, el consumidor de hoy en día está realmente interesado en el valor que le aportará el producto o servicio que busca. Es por ello que actualmente las organizaciones de cualquier tipo (empresas, privadas, públicas, sociales, etc.) tratan de incorporar metodologías que les ayuden a medir los niveles de satisfacción de sus clientes, ya que de esta forma se aseguran de seguir formando parte de las preferencias y más aún, buscar la forma de que estos mismos clientes recomienden los productos o servicios ofertados a otros.

Desde este punto de vista, la calidad en servicio es uno de los aspectos más importantes para asegurar la permanencia de las empresas en el mercado, sin embargo hoy nos encontramos con gran número de clientes disconformes principalmente con los servicios que se le entregan.

En el ámbito de servicios como en todo negocio se habla de calidad, pero hay que desglosar la calidad en cada una de sus etapas para llegar a Calidad Total, esta se da cuando si y solo si se logra:

- Calidad prevista: es el nivel de calidad que la empresa planifica buscando satisfacer las necesidades de los clientes
- Calidad servida: es la que cada empleado transmite al cliente de acuerdo a sus propios esfuerzos y a su criterio en cuanto a lo que consideran adecuado.
- Calidad prohibida: la que el cliente percibe al momento de recibir el servicio.

Cuando se quiere ofrecer calidad total, se debe eliminar de los empleados el miedo al error, lo cual puede lograrse inculcándoles periódicamente capacitaciones de aspectos relevantes como los siguientes:

- El cliente quiere proveedores sin problemas.
- La calidad no es un valor absoluto, va en relación al precio, pero la calidad del personal hacia el cliente si es absoluto.
- El nivel de exigencia de los clientes ha crecido por la competencia, por lo que no acepta excusas ni culpables.
- El cliente acepta algún error si es rectificado y recompensado
- Que el personal está respaldado por la dirección, goza de Empowerment positivo y cada uno cuidará los detalles para lograr clientes satisfechos a través de mejoras continuas.

2.2.5. Atención al cliente

2.2.5.1. Definición

El mayor valor de las empresas se encuentra, en sus empleados, en su talento y en su profesionalidad. Son el motor de la organización y, en muchos casos, los embajadores de la marca ante el consumidor. Uno de los beneficios que aporta la formación es la mejora de la comunicación y la atención al cliente. Aquellas personas que tienen relación directa con clientes, consumidores desarrollan competencias como la empatía, la asertividad o la escucha activa, pero se cometen numerosos errores en el día a día de una organización que originan una mala comunicación. OVERLAP (2013)

Es el servicio que proporciona una empresa para relacionarse con sus clientes. Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado. La atención al cliente es una herramienta potente de mercadeo. Se trata de una herramienta que puede ser muy eficaz en una organización si es utilizada de forma adecuada.

2.2.6. Expectativas de los clientes

Según ISMI (2014) existen expectativas claves de los clientes, donde la más resaltante es:

- Cortesía: El concepto de cortesía significa que los clientes reciban un trato cortes por parte de todo el personal de la empresa incluyendo el personal de seguridad, telefonistas, recepcionistas, mensajeros, empleados en general, directivos, sin importar al nivel de stress al que estén sometidos.

Entre otras expectativas tenemos:

- Fiabilidad: La empresa que logra un alto nivel de fiabilidad es aquella que ofrece un alto y constante nivel de consistencia en la confiabilidad de sus prestaciones; entrega el servicio correcto desde el primer momento; cumple siempre las promesas que hace; si se equivoca, admite su error y hace todo lo necesario para dejar satisfecho al cliente.
- Capacidad de respuesta: Ofrecer un servicio rápido; contestar rápido las llamadas telefónicas de los clientes; flexibilidad para adecuarse a las necesidades de los clientes; enviar de inmediato la información solicitada por los clientes, etc.
- Accesibilidad: Significa por ejemplo, localización de la empresa; número de sucursales y oficinas de servicio al público; horarios comerciales convenientes para los clientes; posibilidad de atención telefónica; sitios web para la prestación de servicios, etc.
- Seguridad: Un ejemplo claro de la seguridad como expectativa del cliente sería preocuparse por la seguridad física y financiera de los clientes; preocuparse por las transacciones y operaciones que se realizan con ellos; cuidar las áreas de la empresa a la que tienen acceso los clientes, etc.

2.2.7. Satisfacción del cliente

“Estamos en una nueva era económica”. Esta frase se les escucha a menudo a muchos empresarios y hombres de negocios. La preocupación por los niveles de errores, defectos, material inapropiado para el trabajo, métodos anticuados de capacitación para el cargo, entre otros elementos, es parte de la inquietud de muchos. Por ese motivo, resulta de vital importancia que, tanto mercadólogos como todas las personas que trabajan en una empresa u organización, conozcan cuáles son los beneficios de lograr la satisfacción del cliente, cómo definirla, cuáles son los niveles de satisfacción, cómo se forman las expectativas en los clientes y en qué consiste el rendimiento percibido, para que de esa manera estén mejor capacitadas para coadyuvar activamente con todas las tareas que apuntan a lograr la tan anhelada satisfacción del cliente. Millones (2010)

2.2.7.1. Amabilidad y disponibilidad en atención al cliente

El planteamiento de un modelo empresarial no puede descuidar un aspecto fundamental: la atención al cliente. Cuidar de ella implica concientizar a cada uno de los empleados, desde el vigilante hasta el presidente, para orientar su actitud y comportamiento en pos de ofrecer un buen servicio. Cuando un cliente llega a tu empresa, adquiera o no tu producto o servicio, debe ser tratado con la mayor amabilidad. Una actitud poco cortés de parte tuya o de un empleado, puede influir negativamente en la imagen de la empresa. Por eso, es importante que dentro de las directivas de tu empresa, sea pequeña, grande o mediana, establezcas una política de atención al cliente que contemple no solo las condiciones más óptimas, sino también situaciones críticas y de resolución de problemas. RPP Noticias (2016)

Serna (2006) señala que el concepto tradicional que se tenía de atención al cliente era la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente, fundamentalmente amabilidad, atención. En la actualidad, se tiene un nuevo concepto de atención al cliente y dice que es una estrategia empresarial orientada hacia la anticipación de las necesidades y expectativas del valor agregado de los clientes, buscando asegurar

la lealtad y permanencia tanto de los clientes actuales como la atracción de nuevos clientes, mediante la provisión de un servicio superior al de los competidores.

Las razones por la cual se impone esta nueva visión es que hay un fácil acceso a una cantidad de datos, exigen mayor valor agregado, quieren que los proveedores los conozcan en detalles, tiene una gran variedad de opciones, colocan un enorme valor en la facilidad, rapidez y conveniencia con que puedan adquirir bienes y servicios. Pero el énfasis recae en establecer una relación a largo plazo y de servicio integral, en satisfacer la totalidad de las necesidades de servicios al cliente, y en disminuir la necesidad o el deseo del cliente de fragmentar sus asuntos entre varias instituciones. Toda esta nueva situación se da porque el cliente en este entorno tiene y valora nuevos elementos del servicio tales como el tiempo, oportunidad, soluciones individualización y amabilidad.

2.2.8. Profesionalidad en atención al cliente

La profesionalidad implica conocer a profundidad los servicios prestados por la empresa, con todos sus matices y variantes; resolver las situaciones imprevistas que plantean los clientes, aconsejar, de la forma más eficaz posible, a los clientes, etc. ISMI (2014)

2.2.8.1. Servicios prestados

Según Valotto (2007) nos dice que los servicios prestados a organizaciones, está compuesta por un grupo de ocupaciones bastante heterogéneas en la que se incorporan a partir de servicios de carácter operativo y escasamente avanzado y los servicios que en la actualidad acostumbran calificarse como estratégicos gracias a su bastante directa interacción con el aumento y las necesidades competitivas de las organizaciones.

2.2.9. Comunicación con el cliente

2.2.9.1. Comprensión y conocimiento de los clientes

Una empresa que logra una buena comunicación con sus clientes es aquella que se comunica con sus clientes en el lenguaje que los pueden entender, es decir, sin tecnicismos innecesarios; los empleados son capaces de adecuar su lenguaje

a los diferentes niveles de conocimiento de los clientes; el personal de las empresas seta siempre dispuesto a escuchar, etc. ISMI (2014)

2.2.10. Clientes

Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios. Thompson (2006)

2.2.10.1. Grado de satisfacción del cliente

Hay 4 niveles en la satisfacción de nuestros propios consumidores, todos basados en el nivel en que cumples con sus expectativas. En cuanto en más grande nivel lo consigas, incrementarás la fidelización de tus consumidores y por consiguiente venderás más. Teijeira (2017)

- Cumple con sus expectativas.
- Sobrepasa sus expectativas.
- Disfruta al cliente.
- Sorprende al cliente.

2.2.11. Satisfacción de las necesidades

La economía pretende saciar las necesidades humanas; por consiguiente: las necesidades humanas es la sensación de carencia de algo unida al quiero de satisfacerla. Los recursos para generar bienes y servicios son escasos y las necesidades humanas son ilimitadas, de allí el problema elemental que se muestra en cada una de las comunidades: la escasez de los recursos. Gutierrez (2017)

2.2.11.1. Importancia del nivel de calidad

La buena calidad es una cualidad que debe tener cualquier servicio para obtener un mayor rendimiento en su funcionamiento y durabilidad, cumpliendo con normas y reglas necesarias para satisfacer las necesidades del cliente.

La Calidad dentro de una organización es un factor importante que genera satisfacción a sus clientes, empleados y accionistas, y provee herramientas prácticas para una gestión integral. Hoy en día es necesario cumplir con los estándares de calidad para

lograr entrar a competir en un mercado cada vez más exigente; para esto se debe buscar la mejora continua, la satisfacción de los clientes y la estandarización y control de los procesos. También se debe hacer que los diferentes departamentos de la empresa hagan de la calidad definiendo los objetivos que le corresponden buscando siempre la satisfacción del cliente y el mejoramiento continuo. Una excelente manera es implementar un sistema basado en la norma ISO 9000, ya que está buscando la estandarización, con calidad, de todos los procesos dentro de la organización. León (2015)

2.2.12. Habilidades Personales

2.2.12.1. Comunicación

La inversión en formación en técnicas de comunicación tiene un retorno importante y actualmente, está poco valorado por las empresas. Las habilidades personales en comunicación favorecen tanto en la comunicación interna como externa de la empresa. Estas técnicas no sólo contribuyen a una mejor atención al cliente o a una mejor venta del servicio sino que mejoran notablemente las interacciones y relaciones entre compañeros de trabajo. OVERLAP (2013)

2.2.12.2. Atención al cliente en Hospedaje

Se define al servicio como vender, almacenar, entregar, pasar inventarios, comprar, instruir al personal y las relaciones entre trabajadores. En todas las actividades realizadas por cualquier trabajador de una empresa existe un elemento de servicio, ya que en la última instancia todas ellas, repercutirán en el nivel de atención al cliente de los productos y servicios solicitados por el huésped.

III. HIPÓTESIS

En este trabajo de investigación no se hacen premisa, en las indagaciones descriptivas no corresponde realizar probabilidades en comentado problema. Involucra mirar y explica la investigación que se hace. (Dzul, s.f)

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

La investigación fue de nivel descriptivo – transversal con la que se determinó la influencia que existe entre las variables gestión de calidad y atención al cliente. Es la que se utiliza, tal como el nombre lo dice, para describir la realidad de situaciones, eventos, personas, grupos o comunidades que se estén abordando y que se pretenda analizar. En este tipo de investigación la cuestión no va mucho más allá del nivel descriptivo; ya que consiste en plantear lo más relevante de un hecho o situación concreta. De todas formas, la investigación descriptiva no consiste únicamente en acumular y procesar datos. El investigador debe definir su análisis y los procesos que involucrará el mismo. (UNIVERSIA, 2017)

El diseño de la investigación fue no experimental, porque se analizó la gestión de calidad y atención al cliente, ya que únicamente se pretendía observar los objetos a estudiar en su ambiente natural para después analizarlos. Posteriormente la recopilación de datos, se dio en un momento, buscando así describir las variables en un momento determinado. En la investigación no experimental los investigadores acuden, de ser necesario, al lugar donde sucede el fenómeno a estudiar. (Montano, s/f)

El tipo de la investigación fue cuantitativo porque se necesitó acceder a la fuente para lograr recaudar la información de la muestra en estudio, así mismo, se midió el comportamiento de las variables con sus características. Es una excelente manera de finalizar los resultados y probar o refutar una hipótesis. Luego del análisis estadístico de los resultados, se llegó a una respuesta abarcativa y los resultados pudieron ser discutidos y publicados legítimamente. Los experimentos cuantitativos también filtran los factores externos, si se diseñan adecuadamente, y de esta manera los resultados

obtenidos pueden ser vistos como reales e imparciales, son útiles para comprobar los resultados obtenidos por una serie de experimentos cualitativos, conducen a una respuesta final y reducen las direcciones posibles que la investigación pueda tomar. (Shuttleworth, 2018)

4.2. Población y muestra

4.2.1. Población

En el presente trabajo de investigación para la variable Gestión de Calidad y Atención al Cliente estuvo conformada por los clientes de las mype de la Provincia de Sullana, siendo una población infinita.

4.2.2. Muestra

El tipo de muestreo que se utilizó en el trabajo de investigación de gestión de calidad y atención al cliente fue probabilístico, “porque es una técnica en virtud de la cual las muestras son recogidas en un proceso que brinda a todos los individuos de la población las mismas oportunidades de ser seleccionados”. (Shuttleworth, 2018)

De acuerdo al tamaño de la población, se identificó la participación de los clientes de los hospedajes de la Provincia de Sullana, año 2019, donde la data es la siguiente:

FÓRMULA

Donde:

n= Tamaño de la muestra a ser estudiada

Z= Nivel de Confianza considerado (para 90% de confianza $Z=1.65$)

p= Probabilidad de Ocurrencia: (0.50)

q= Probabilidad de No Ocurrencia: (0.50)

e= Error permitido (10%)

$$n = \frac{Z^2(P)(Q)}{E^2}$$

$$n = \frac{(1.65)^2(0.5)(0.5)}{(1.0)^2}$$

N= 68 clientes

El tamaño de muestra para el trabajo de investigación fue de 68 clientes de las empresas en estudio.

4.3. Definición y operacionalización de las variables

VARIABLES	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO
GESTIÓN DE CALIDAD Aquel conjunto de acciones de alguien o una organización que lleva a cabo la misión de administrar una empresa, un negocio o solucionar un asunto. En tanto, la calidad es una propiedad positiva que implica que quien	Características	Enfoque al cliente	Satisfacción	¿El servicio brindado por el hospedaje ha sido de su completa satisfacción?	C U E S T I O N A R I O
		Participación del personal	Organización	¿Cree usted que un trabajador debe ser activo dentro de sus labores?	
		Control de Calidad	Herramientas	¿Usted como cliente cree que la empresa implementa herramientas de innovación?	
		Elementos	Calidad	¿Los distintos servicios prestados por el hospedaje son presentados correctamente desde la primera vez? ¿Cree usted que el servicio al cliente es el adecuado?	

<p>la ostenta presenta una superioridad con respecto a sus pares, es decir, se trata de algo excelente. Ucha (2011)</p>	<p>Atención al cliente</p>	<p>Expectativas</p>	<p>Cortesía</p>	<p>¿Los trabajadores lo recibieron cortésmente al momento que ingresó al hospedaje? ¿Al momento de retirarse, los trabajadores son educados y le agradecen por su visita?</p>	<p>C U E S T I O N A R I O</p>
<p>Satisfacción del cliente</p>	<p>Amable</p>	<p>¿La actitud que muestran los trabajadores hacia los clientes, es amable?</p>	<p>Disponibilidad</p>	<p>¿Los trabajadores se muestran disponibles, para ayudar al cliente en lo que necesite?</p>	
<p>Profesionalidad</p>	<p>Servicios prestados</p>	<p>¿Los trabajadores del hospedaje muestran preocupación por atender los intereses de los clientes?</p>	<p>Comprensión y conocimiento de los clientes</p>	<p>¿Al momento de ser atendido por el recepcionista se les explicó los procedimientos para poder realizar algún reclamo?</p>	
<p>Expectativas</p>	<p>Escala de Expectativas</p>	<p>¿La calidad del servicio fue mejor de lo esperado?</p>	<p>C</p>		

	Satisfacción del Cliente	Clientes Satisfacción de una Necesidad Habilidades Personales	Grado de Satisfacción Nivel de Calidad Comunicación	¿Cómo califica usted el Servicio brindado por la empresa? ¿El Servicio ofrecido por la empresa es de su completa satisfacción? ¿Los trabajadores del hospedaje se encuentran capacitados para brindar un servicio seguro y confiable? ¿Los trabajadores del hospedaje brindan la información necesaria? ¿Los trabajadores del hospedaje se encuentran capacitados para brindar un servicio seguro y confiable?	U E S T I O N A R I O
--	--------------------------	---	---	--	---

4.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

4.4.1. Técnicas:

Para la presente investigación se utilizó la técnica de la encuesta. La encuesta es una técnica ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz. (Primaria, 2003)

4.4.2. Instrumentos:

La recolección de datos se realizó a través de un cuestionario, instrumentos de recolección de datos y la forma protocolaria de realizar preguntas que se administra a la población mediante una entrevista.

En esta investigación se aplicó un cuestionario que consta de 20 preguntas, que estuvo elaborado en dos partes, la primera parte con Gestión de Calidad y la segunda parte con Atención al Cliente. La cual permitió obtener y recolectar la información sobre la Gestión de Calidad y Atención al Cliente en las mype del rubro hospedaje de la Provincia de Sullana, año 2019.

4.5. Plan de análisis

Para la recolección de datos se realizaron visitas previas a las mype del rubro hospedaje, con el propósito de coordinar con los empresarios, para determinar si estos nos conceden el permiso y así saber si los clientes están dispuestos a proporcionar la información necesaria para el presente trabajo de investigación. Luego, se realizó las coordinaciones para proceder a la aplicación del cuestionario. Las mype que se encuestaron fueron sido seleccionadas por la investigadora.

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta, que buscó recolectar datos por medio de un cuestionario. Los datos se obtuvieron al realizar 20 preguntas dirigidas a los clientes de las mype seleccionadas, con el fin de conocer opiniones y características.

Finalmente, se procedió a codificar la recolección de datos y así elaborar los cuadros estadísticos mediante el programa Microsoft Excel 2016 de los cuales se realizaron el análisis e interpretación de datos y para la tabulación de los datos se utilizó como soporte estadístico.

4.6. Matriz de Consistencia

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	UNIVERSO Y MUESTRA	DISEÑO	INSTRUMENTO
<p>¿Cuáles son las características de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente en las MYPE del rubro hospedaje de la Provincia de Sullana, año 2019?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL: Determinar la Gestión de Calidad y Atención al Cliente en las MYPE del rubro hospedaje de la Provincia de Sullana, año 2019.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS: -Determinar las principales características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE del rubro hospedaje de la Provincia de Sullana, año 2019. -Identificar la atención al cliente en las MYPE del rubro hospedaje de la Provincia de Sullana, año 2019. -Describir la satisfacción del cliente en las mype del rubro hospedaje de la Provincia de Sullana, año 2019.</p>	<p>GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLENTE</p>	<p>UNIVERSO: Se considera infinita la muestra que está conformada por los clientes de las mype de la Provincia de Sullana, año 2019.</p> <p>MUESTRA: Clientes de las mype de la Provincia de Sullana.</p> <p>FORMULA: $n = \frac{z^2 * p * q *}{e^2}$ La muestra será de 68 clientes de las empresas en estudio.</p>	<p>Tipo de investigación: Descriptivo</p> <p>Nivel de investigación: Cuantitativo</p> <p>Diseño de investigación: No experimental - transversal</p>	<p>C U E S T I O N A R I O</p>

4.7. Principios éticos

En la investigación se tomó en cuenta algunos principios éticos, y así se realizó un trabajo con responsabilidad y honestidad, ya que estos principios me permitieron tener un orden dentro de cualquier sistema social. Estos principios son:

- **Protección a las personas:** Se entiende que la persona en todo tipo de investigación es el fin y no el medio, y de allí es que surge el grado de protección, determinándose de acuerdo al riesgo en que incurran y la posibilidad de obtención de algún beneficio. En la presente investigación se respetará la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Por lo tanto se asegura la participación voluntaria de las personas, sobre en todo en lo que respecta a la recolección de información.
- **Beneficencia y no maleficencia.-** En la presente investigación se asegura el bienestar de los participantes, significando esto que, el investigador debe sujetarse a las siguientes reglas: no hacer daño, disminuir posibles efectos negativos y ampliar los beneficios.
- **Justicia.-** En la presente investigación se ejerce un juicio razonable, ponderable y tomando las precauciones en todo momento de que los sesgos del investigador de pie a que se lleven a cabo prácticas injustas. Se trata equitativamente a los participantes en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación.
- **Consentimiento informado y expreso.-** En la presente investigación, y tal como se evidencia en los anexos, existe la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; a través de dicho documento la persona avalan el uso de la información para los fines contemplados en el proyecto.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

TABLA 01

¿El servicio brindado por el hospedaje ha sido de su completa satisfacción?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	22	32,4	32,4	32,4
	No	21	30,9	30,9	63,2
	indiferente	25	36,8	36,8	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los clientes de los hospedajes.



Figura 1: Gráfico circular. Servicio de completa satisfacción.

Interpretación: En la tabla 1 y figura 1 se observa que el 36,76% de clientes se muestra indiferente por el servicio brindado de los hospedajes de dicha categoría.

TABLA 02

¿Los distintos servicios prestados por el hospedaje son presentados correctamente desde la primera vez?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	5	7,4	7,4	7,4
	No	26	38,2	38,2	45,6
	indiferente	37	54,4	54,4	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los clientes de los hospedajes.

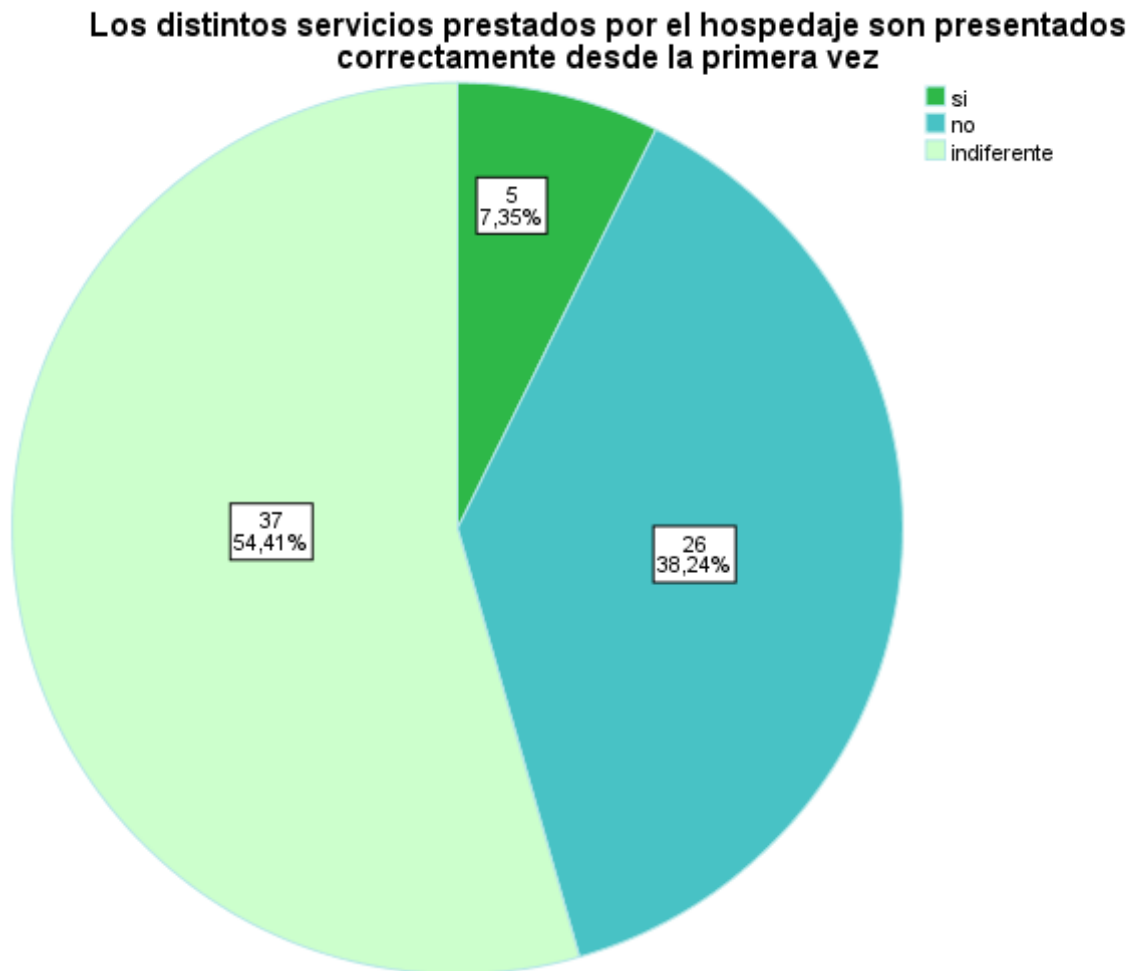


Figura 2: Gráfico circular. Servicios prestados por los hospedajes.

Interpretación: En la tabla 2 y figura 2 se observa que el 54,41% de clientes se muestra indiferente por los distintos servicios prestados por los hospedajes de dicha categoría.

TABLA 03

En todo momento, en todo momento y en todo lugar, ¿Recibe un servicio de calidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	24	35,3	35,3	35,3
	no	33	48,5	48,5	83,8
	indiferente	11	16,2	16,2	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los clientes de los hospedajes.

En todo momento, en todo momento y en todo lugar, ¿Recibe un servicio de calidad

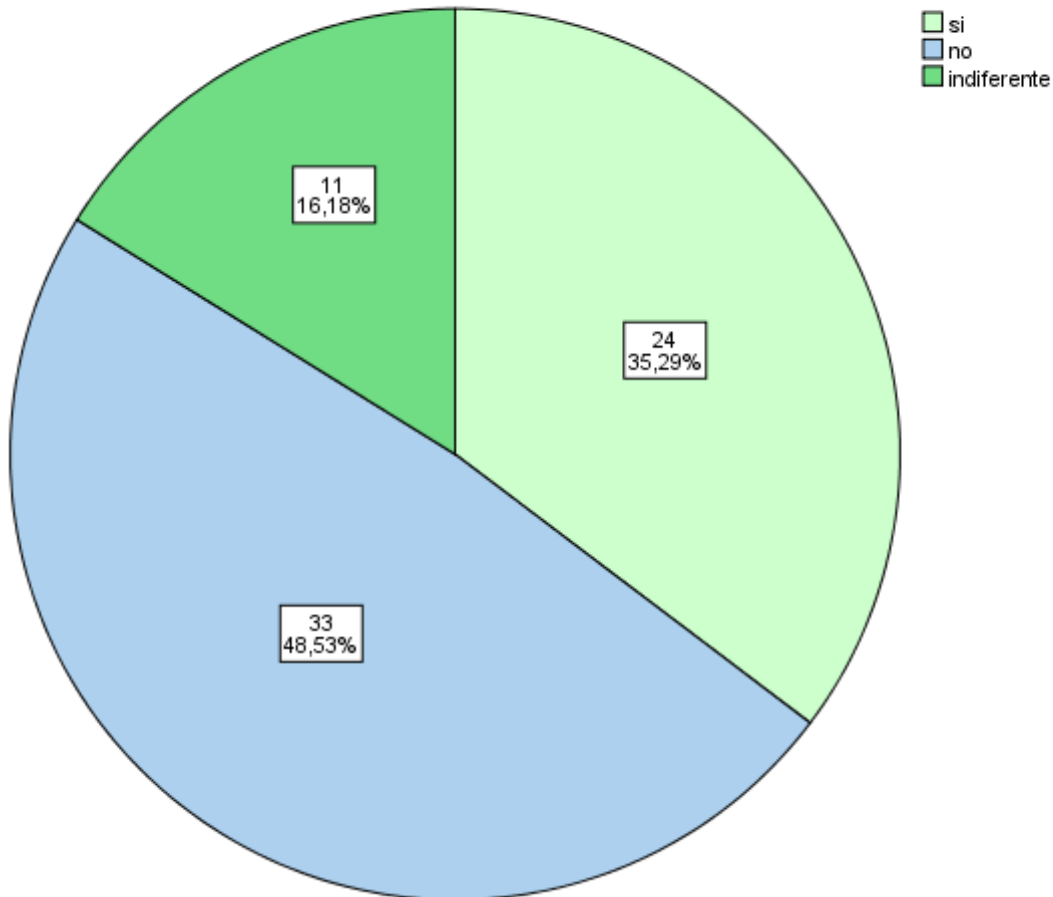


Figura 3: Gráfico circular. Servicios de calidad por los hospedajes.

Interpretación: En la tabla 3 y figura 3 se observa que el 48,53% de clientes no recibe un buen servicio de calidad por los hospedajes de dicha categoría.

TABLA 04

¿Considera que el hospedaje cuenta con equipos de nuevas tecnologías?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	42	61,8	61,8	61,8
	No	18	26,5	26,5	88,2
	indiferente	8	11,8	11,8	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los clientes de los hospedajes.

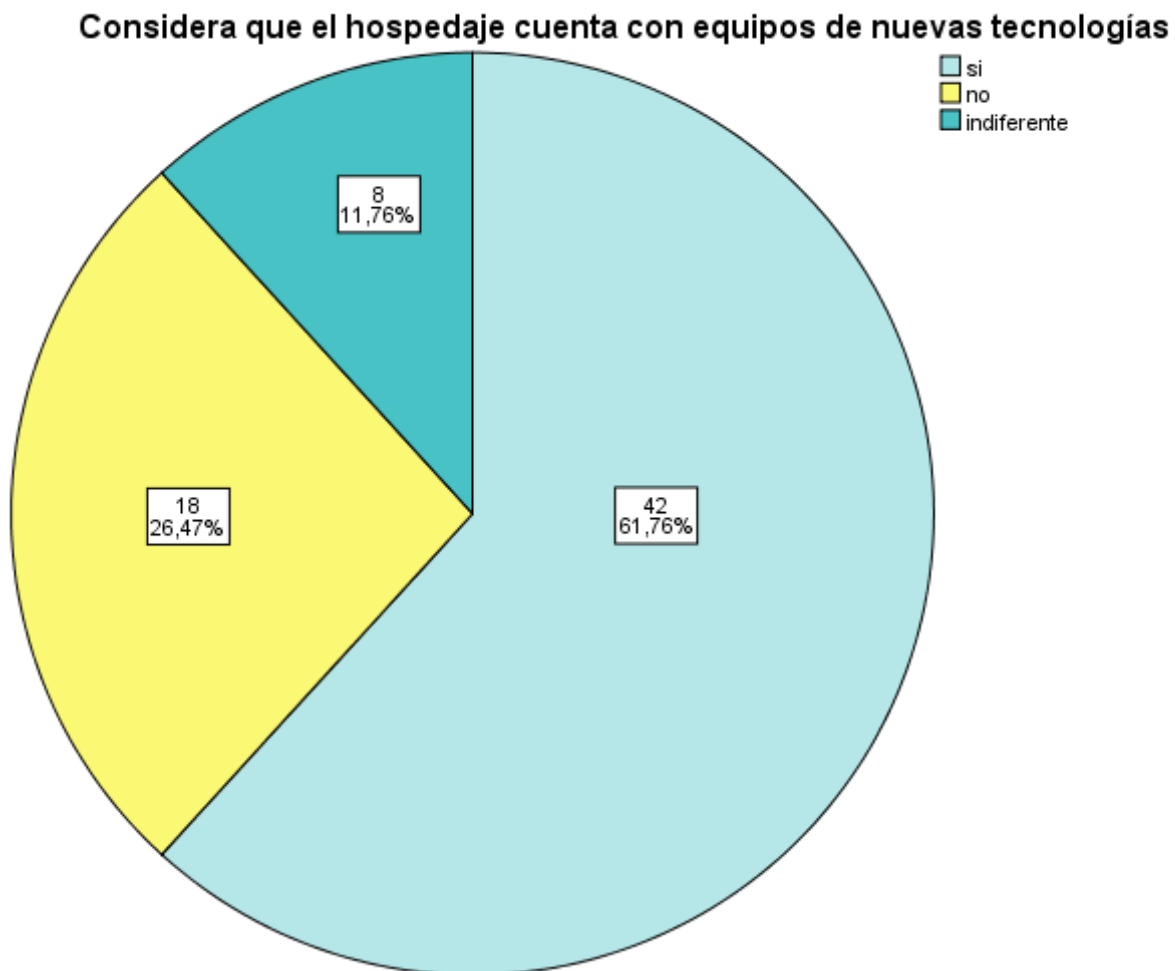


Figura 4: Gráfico circular. Equipos de nuevas tecnologías por los hospedajes.

Interpretación: En la tabla 4 y figura 4 se observa que el 61,76% de los clientes si considera que los hospedajes 3 tres estrellas si cuenta con equipos de nuevas tecnologías.

TABLA 05

¿Cree usted que cuando tienen un problema, el personal muestra un sincero interés en solucionarlo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	27	39,7	39,7	39,7
	no	29	42,6	42,6	82,4
	indiferente	12	17,6	17,6	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los clientes de los hospedajes.

Cree usted que cuando tienen un problema, el personal muestra un sincero interés en solucionarlo

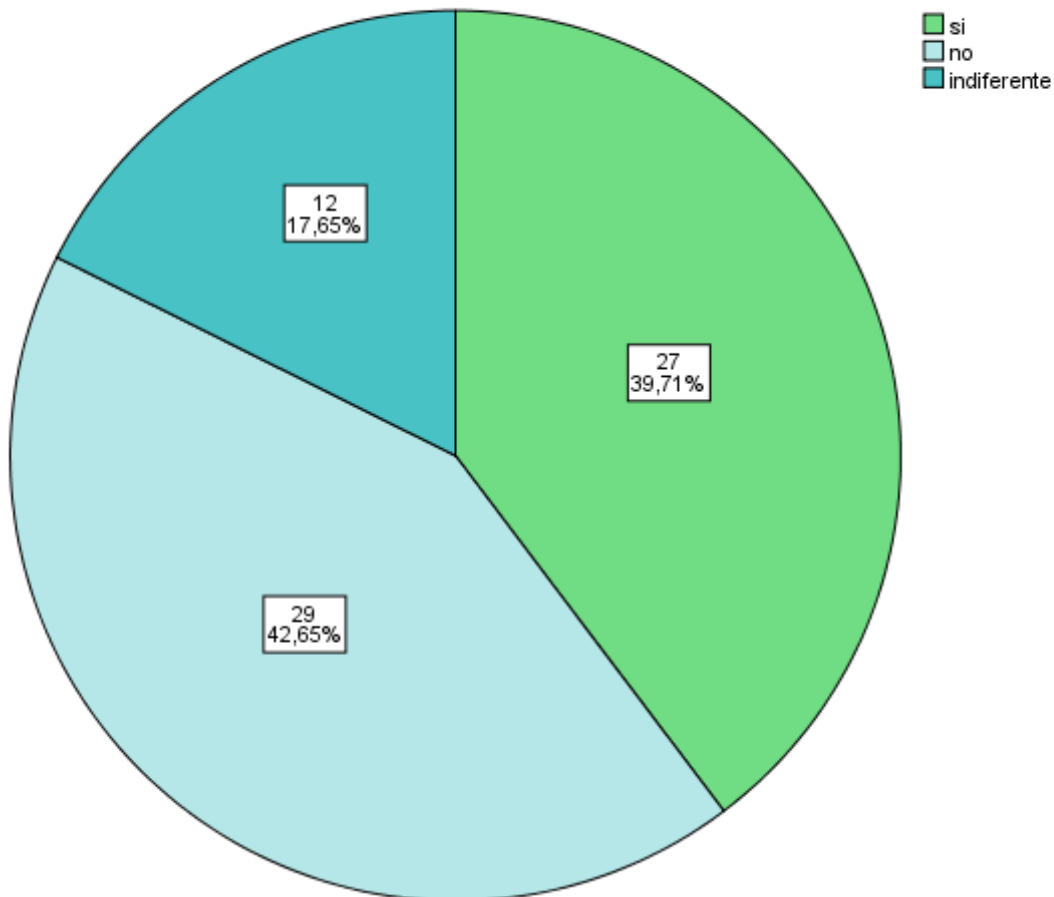


Figura 5: Gráfico circular. Solución de problemas por los hospedajes.

Interpretación: En la tabla 5 y figura 5 se observa que el 42,65% de los clientes no cree que el personal de los hospedajes de dicha categoría muestra interés en solucionar sus problemas.

TABLA 06

¿La empresa cuenta con un organigrama establecido y actualizado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	33	48,5	48,5	48,5
	no	25	36,8	36,8	85,3
	indiferente	10	14,7	14,7	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los clientes de los hospedajes.

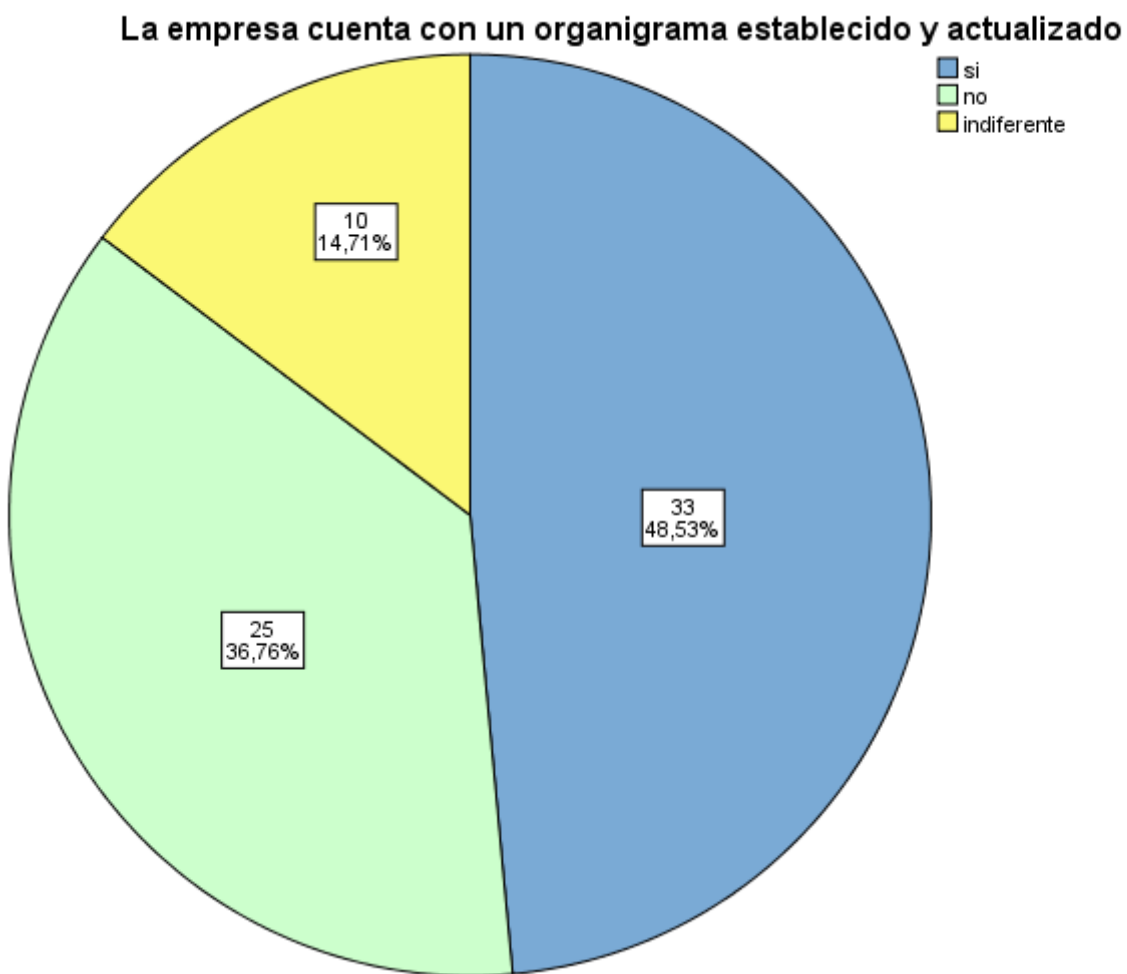


Figura 6: Gráfico circular. Organigrama establecido y actualizado por los hospedajes.

Interpretación: En la tabla 6 y figura 6 se observa que el 48,53% de los clientes dice que los hospedajes de dicha categoría si cuentan con un organigrama establecido y actualizado.

TABLA 07

¿Usted está conforme con la puntualidad del servicio que se le brinda?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	16	23,5	23,5	23,5
	No	32	47,1	47,1	70,6
	indiferente	20	29,4	29,4	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los clientes de los hospedajes.

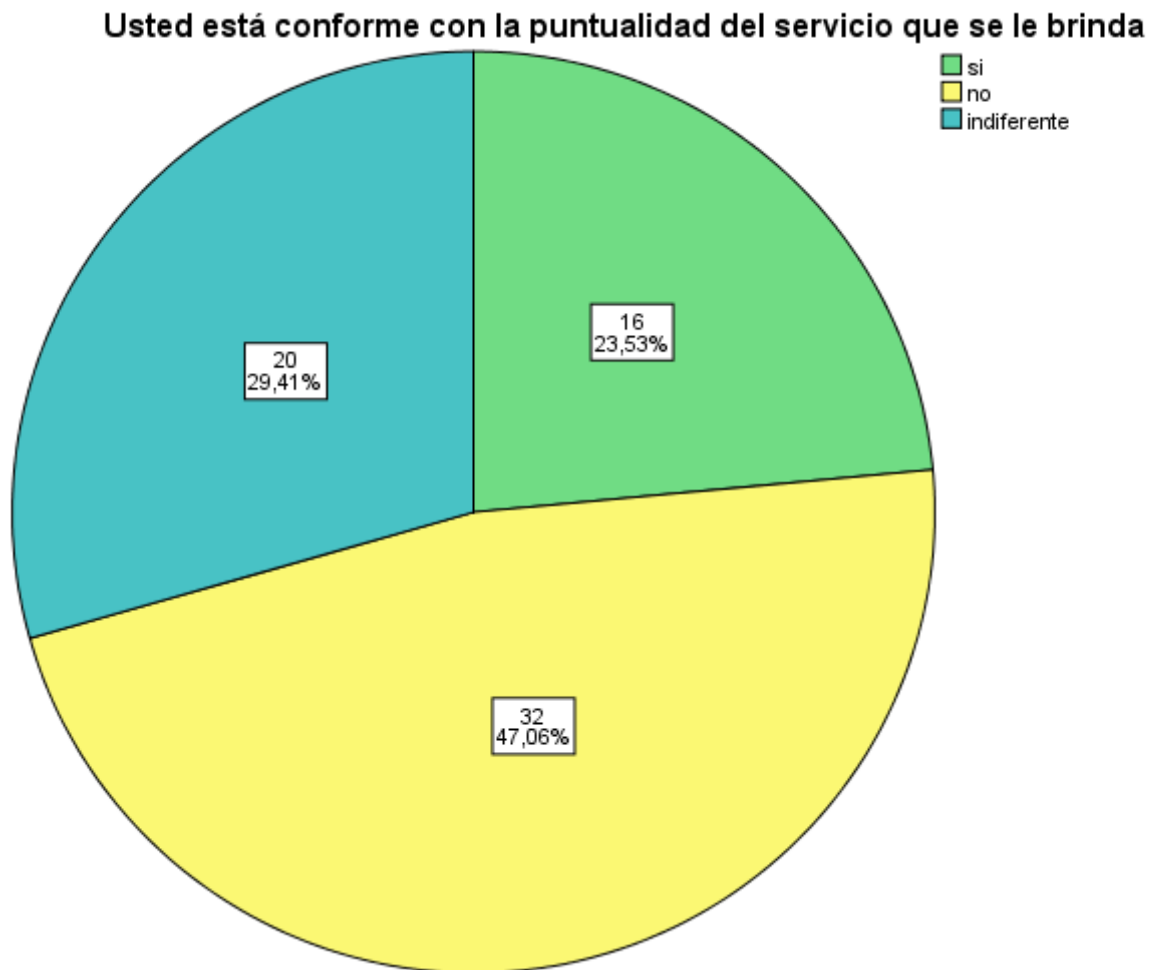


Figura 7: Gráfico circular. Puntualidad del servicio por los hospedajes.

Interpretación: En la tabla 7 y figura 7 se observa que el 47,06% de los clientes no está conforme con la puntualidad del servicio que se les brinda en los hospedajes de dicha categoría.

TABLA 08

¿Considera que el precio por su estadía es justo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	25	36,8	36,8	36,8
	no	15	22,1	22,1	58,8
	indiferente	28	41,2	41,2	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los clientes de los hospedajes.

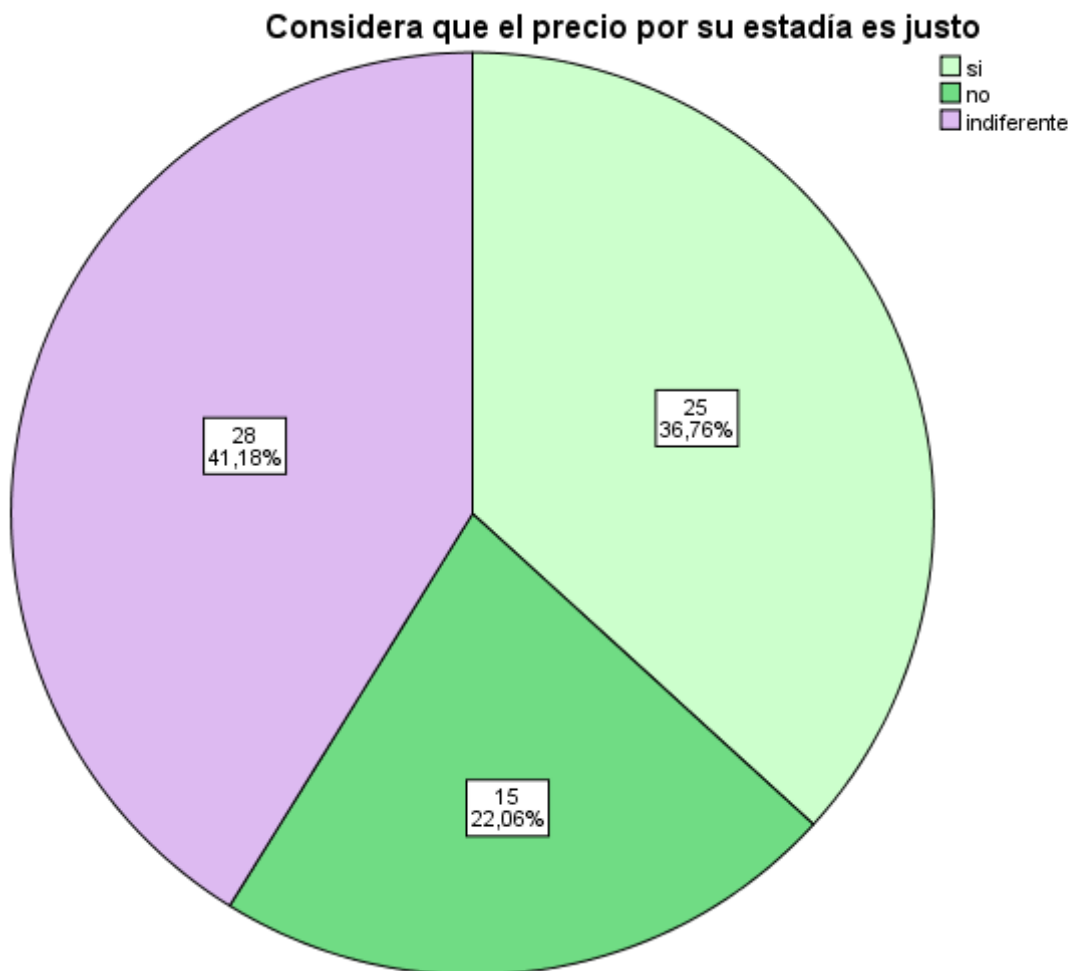


Figura 8: Gráfico circular. Precio por estadía en los hospedajes.

Interpretación: En la tabla 8 y figura 8 se observa que el 41,18% se muestra indiferente con el precio por su estadía en los hospedajes de dicha categoría.

TABLA 09

¿El hospedaje cuenta con seguridad física (vigilante)?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	31	45,6	45,6	45,6
	no	24	35,3	35,3	80,9
	indiferente	13	19,1	19,1	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los clientes de los hospedajes.

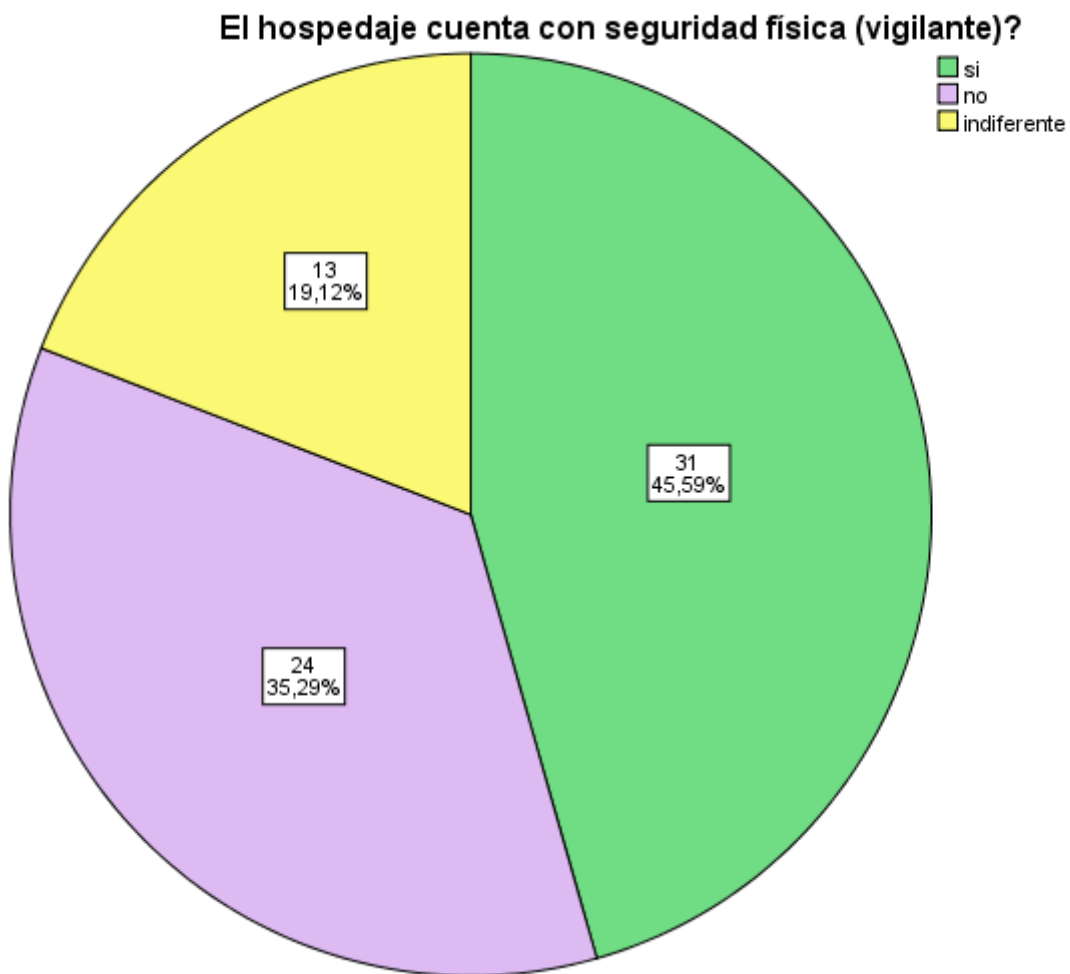


Figura 9: Gráfico circular. Seguridad física por los hospedajes.

Interpretación: En la tabla 9 y figura 9 se observa que el 45,59% de los clientes dice que los hospedajes de dicha categoría si cuenta con seguridad física.

TABLA 10

¿La calidad del servicio fue mejor de lo esperado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	26	38,2	38,2	38,2
	no	27	39,7	39,7	77,9
	indiferente	15	22,1	22,1	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los clientes de los hospedajes.

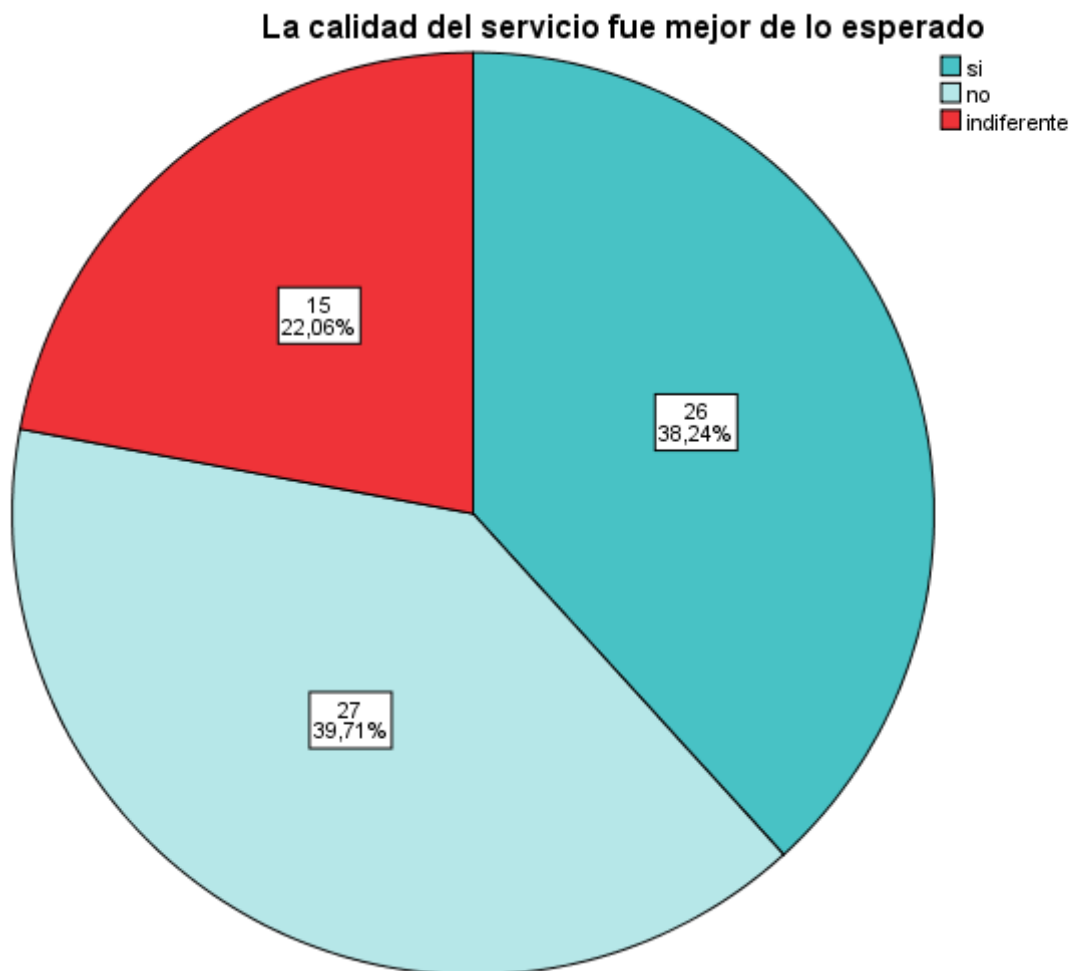


Figura 10: Gráfico circular. Calidad del servicio por los hospedajes.

Interpretación: En la tabla 10 y figura10 se observa que el 39,71% de los clientes dice que la calidad del servicio de los hospedajes de dicha categoría no fue mejor de lo que ellos esperaban.

TABLA 11

¿Las habitaciones del hospedaje son amplios y cómodos para recibir atención?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	35	51,5	51,5	51,5
	no	20	29,4	29,4	80,9
	indiferente	13	19,1	19,1	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los clientes de los hospedajes.

Las habitaciones del hospedaje son amplios y cómodos para recibir atención

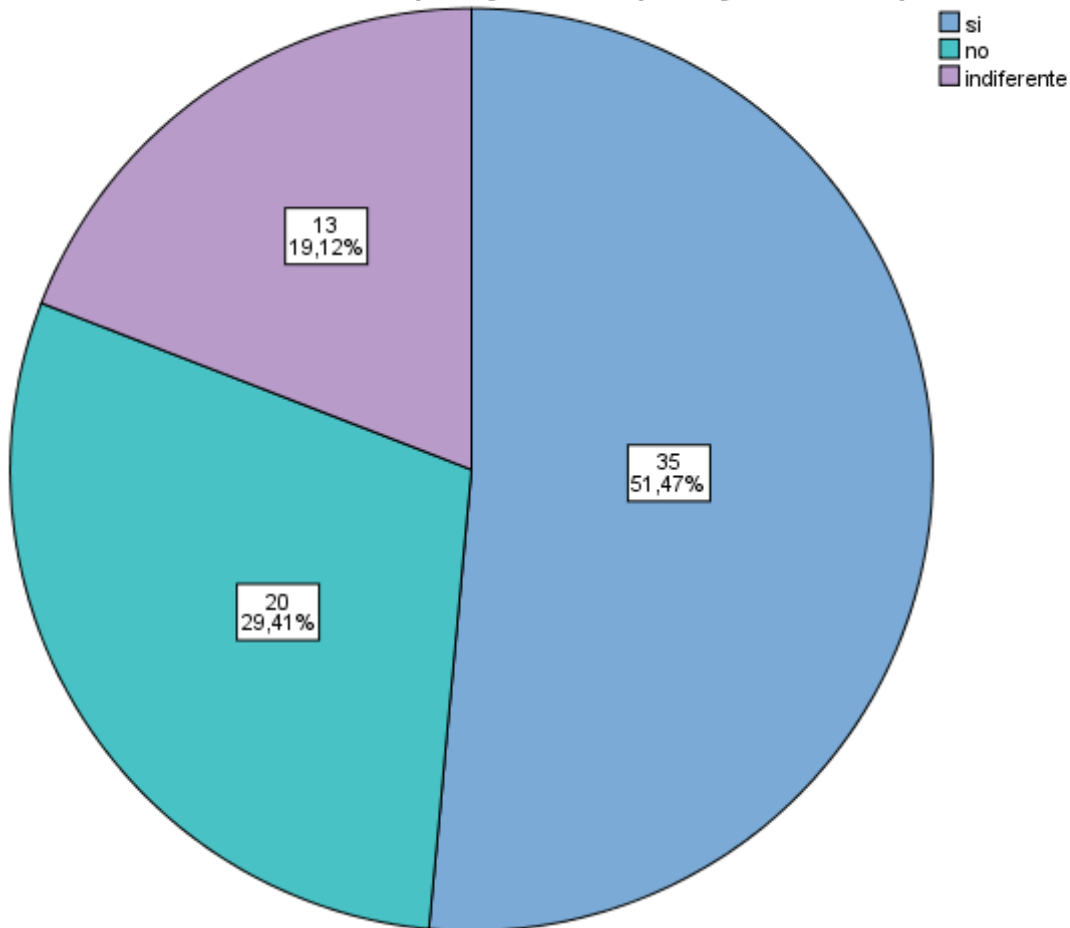


Figura 11: Gráfico circular. Comodidad por los hospedajes.

Interpretación: En la tabla 11 y figura 11 se observa que el 51,47% de los clientes dice que las habitaciones de los hospedajes de dicha categoría si son amplios y cómodos.

TABLA 12

¿Los trabajadores del hospedaje se encuentran uniformados e identificados?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	31	45,6	45,6	45,6
	no	23	33,8	33,8	79,4
	indiferente	14	20,6	20,6	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los clientes de los hospedajes.

Los trabajadores del hospedaje se encuentran uniformados e identificados

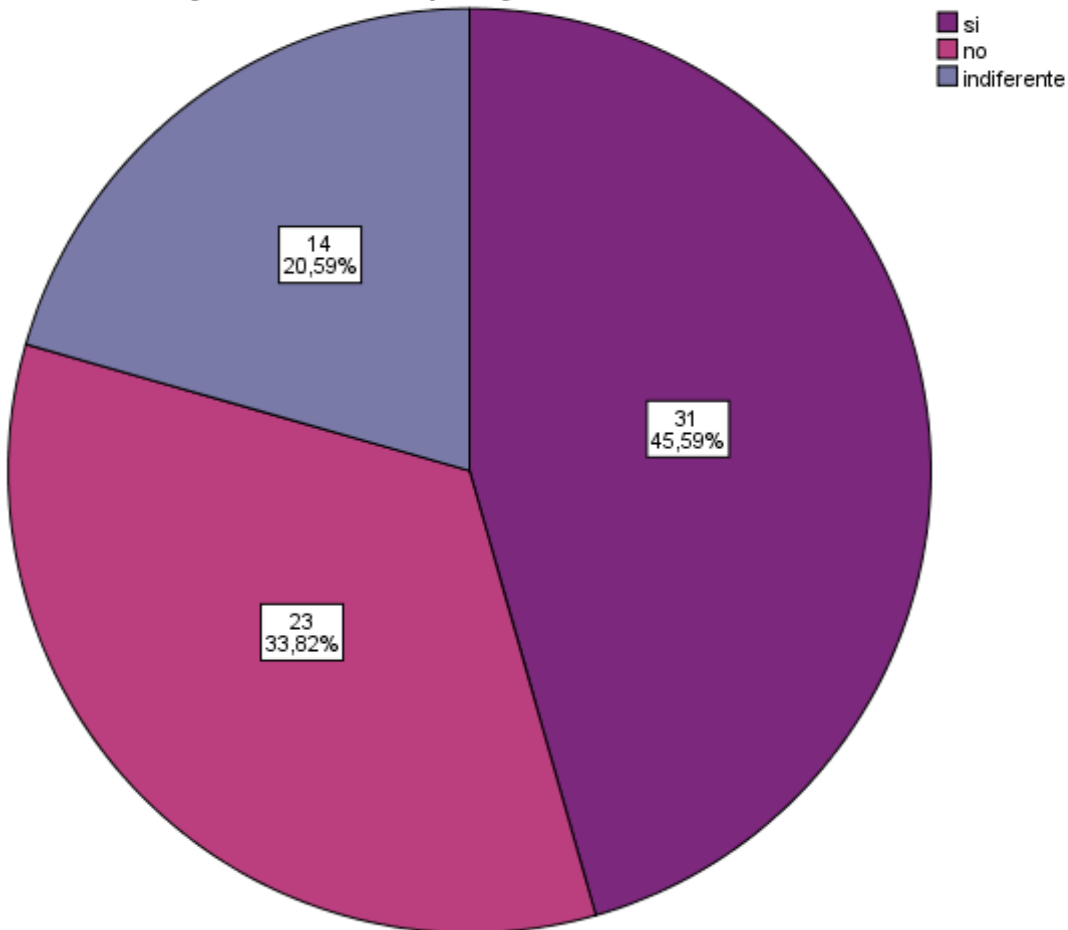


Figura 12: Gráfico circular. Presentación de trabajadores por los hospedajes.

Interpretación: En la tabla 12 y figura 12 se observa que el 45,59% de los clientes dice que los trabajadores de los hospedajes de dicha categoría si se encuentran uniformados e identificados.

TABLA 13

¿El hospedaje cuenta con equipamiento moderno y adecuado para atender a sus clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	28	41,2	41,2	41,2
	no	37	54,4	54,4	95,6
	indiferente	3	4,4	4,4	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los clientes de los hospedajes.

El hospedaje cuenta con equipamiento moderno y adecuado para atender a sus clientes

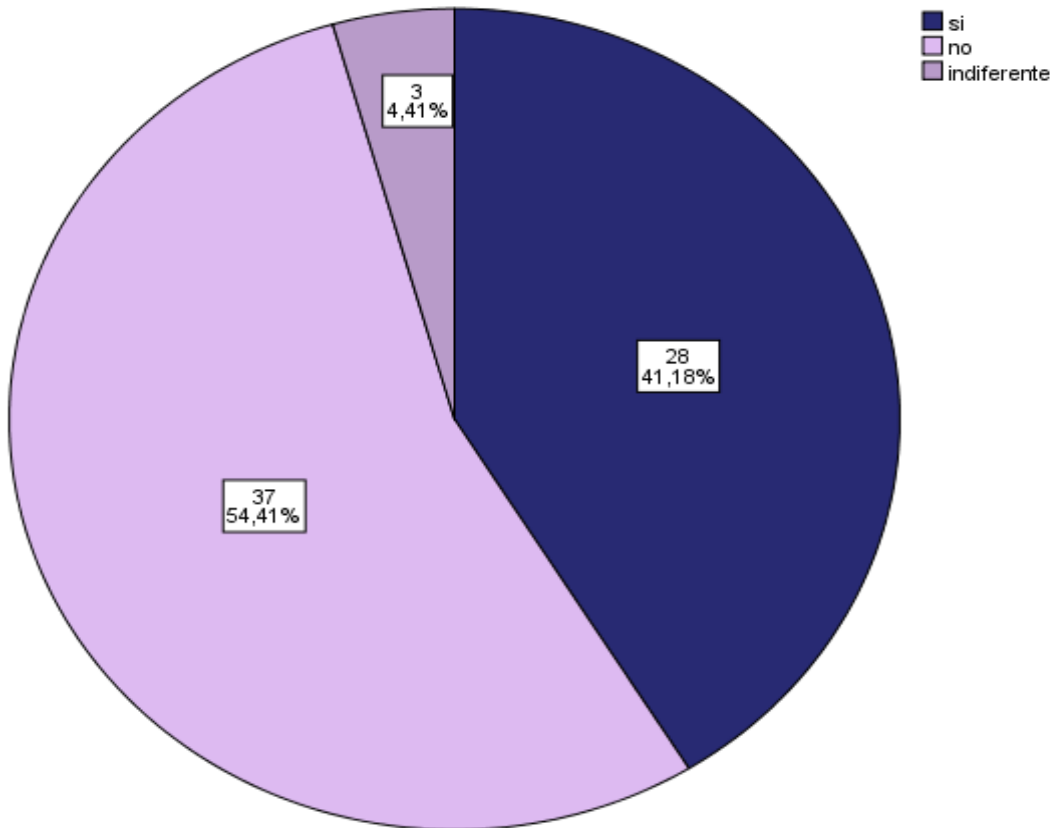


Figura 13: Gráfico circular. Equipamiento moderno y adecuado por los hospedajes.

Interpretación: En la tabla 13 y figura 13 se observa que el 54,41% de los clientes dice que los hospedajes de dicha categoría no cuentan con equipamiento moderno y adecuado para la atención de sus clientes.

TABLA 14

¿Los trabajadores del hospedaje brindan la información necesaria?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	41	60,3	60,3	60,3
	no	19	27,9	27,9	88,2
	indiferente	8	11,8	11,8	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los clientes de los hospedajes.

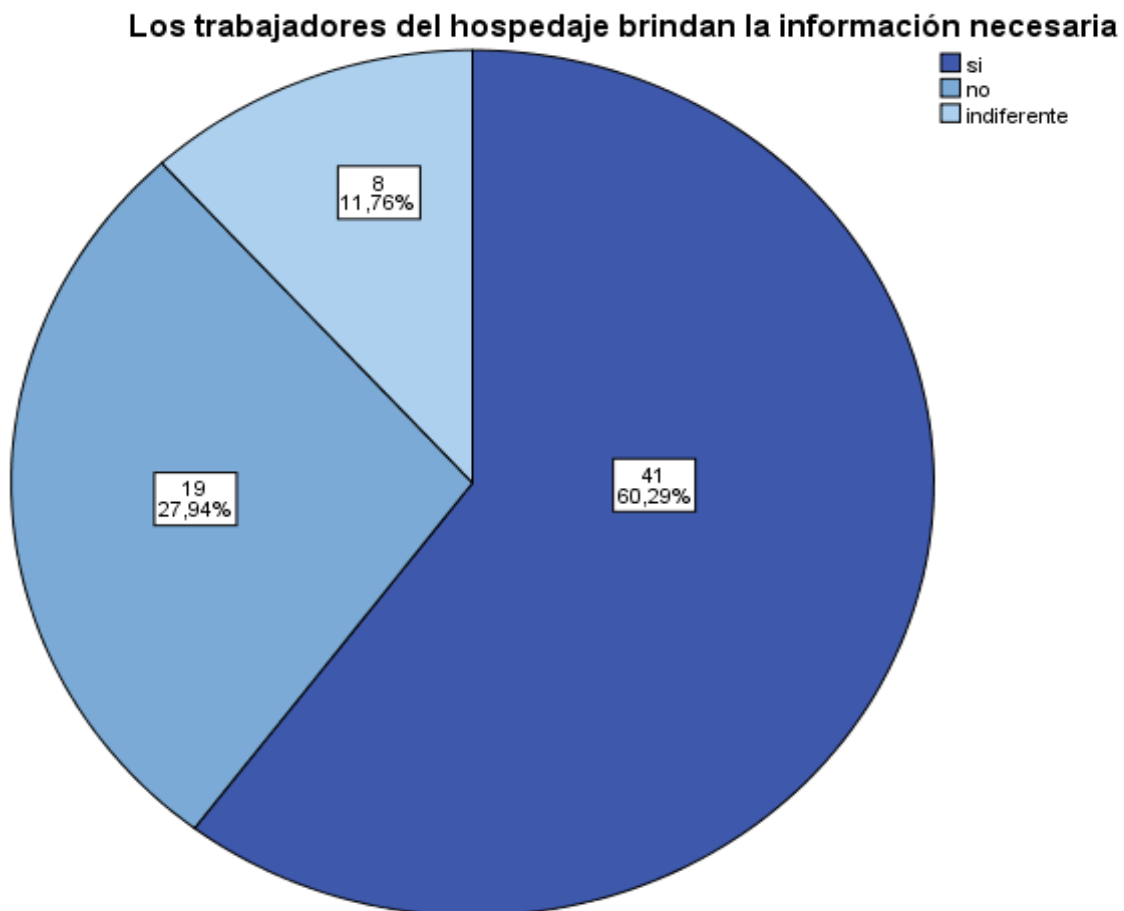


Figura 14: Gráfico circular. Información necesaria por los trabajadores de los hospedajes.

Interpretación: En la tabla 14 y figura 14 se observa que el 60,29% de los clientes dice que los trabajadores de los hospedajes de dicha categoría si brindan la información necesaria.

TABLA 15

¿Los trabajadores atienden de manera inmediata a los clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	35	51,5	51,5	51,5
	No	28	41,2	41,2	92,6
	indiferente	5	7,4	7,4	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los clientes de los hospedajes.

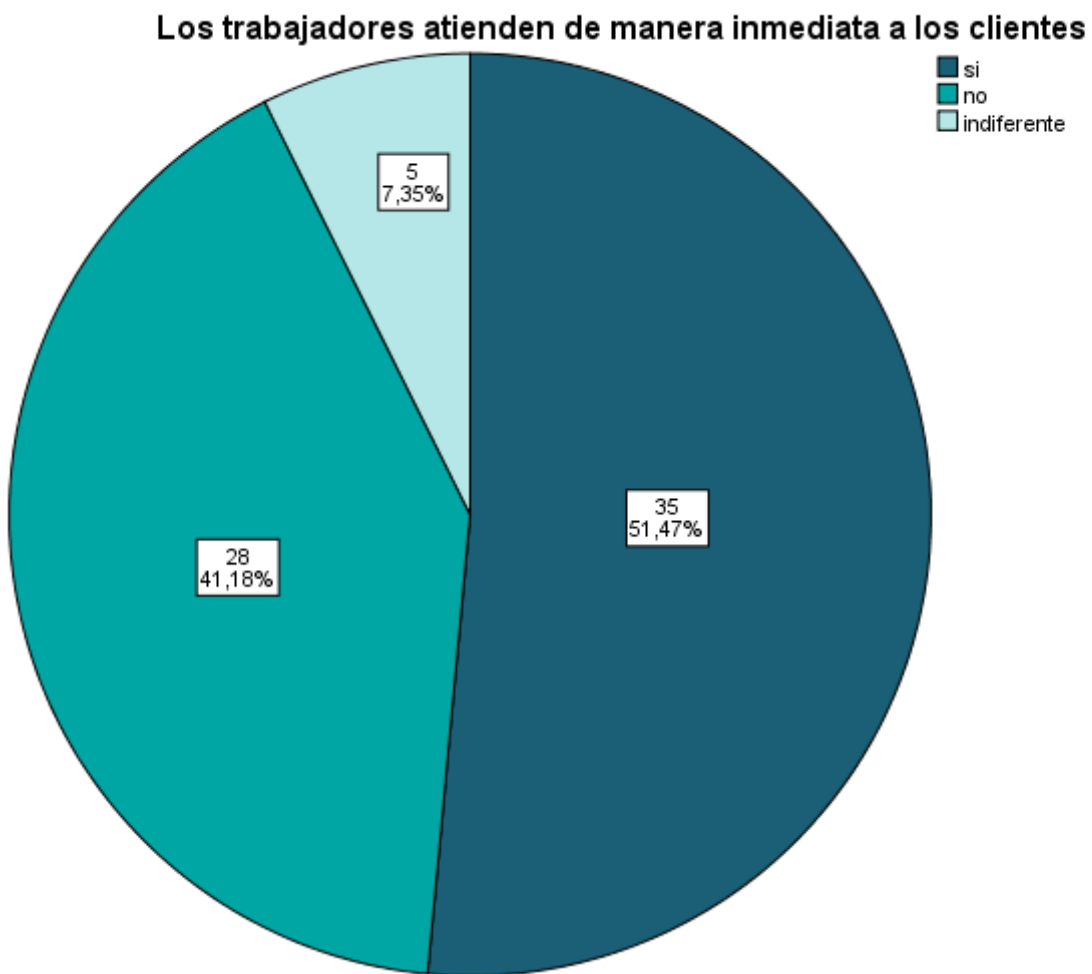


Figura 15: Gráfico circular. Atención inmediata por los trabajadores de los hospedajes.

Interpretación: En la tabla 15 y figura 15 se observa que el 51,47% de los clientes dice que los trabajadores de los hospedajes de dicha categoría si atienden de manera inmediata a los clientes.

TABLA 16

¿Los reclamos y sugerencias de los clientes son atendidos de inmediato?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	31	45,6	45,6	45,6
	No	27	39,7	39,7	85,3
	indiferente	10	14,7	14,7	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los clientes de los hospedajes.

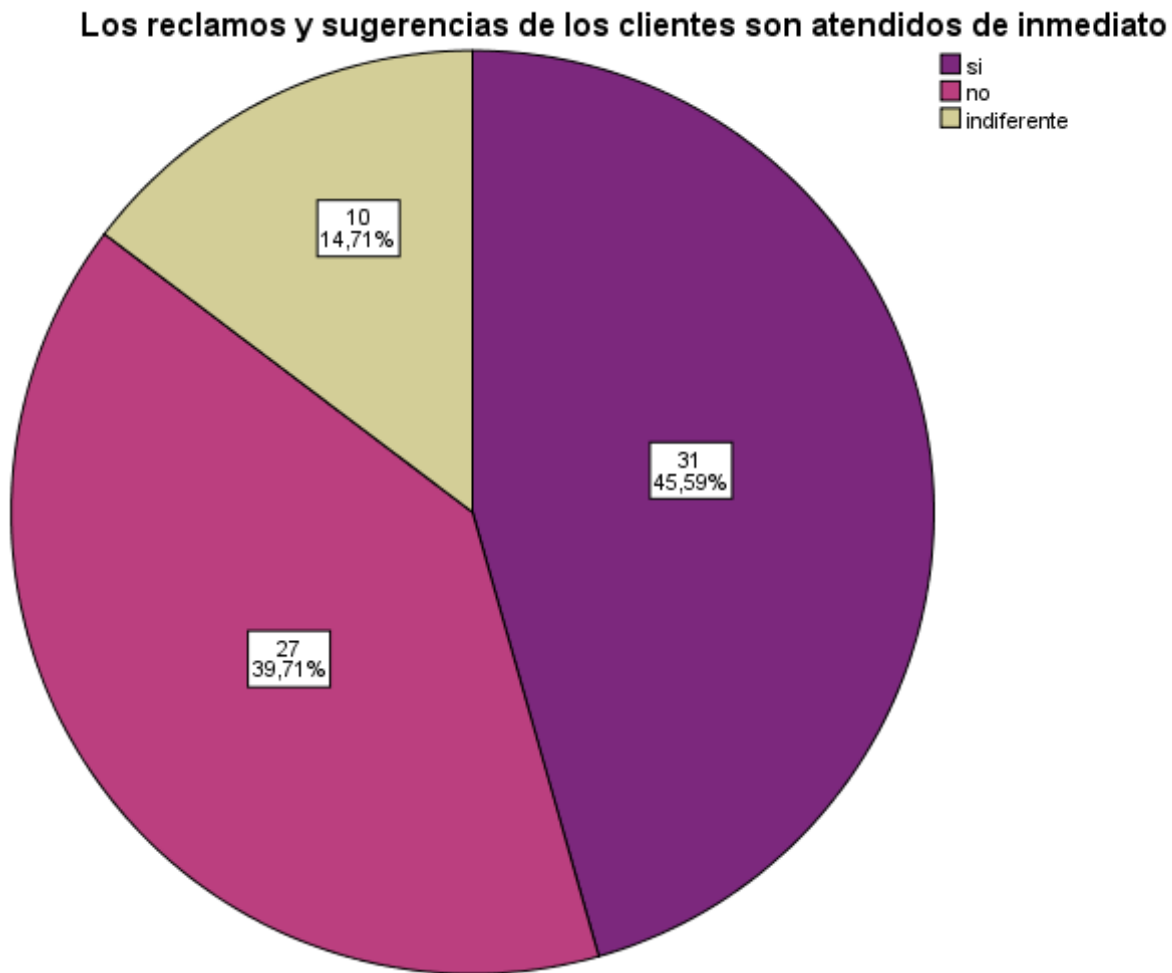


Figura 16: Gráfico circular. Reclamos y sugerencias.

Interpretación: En la tabla 16 y figura 16 se observa que el 45,59% de los clientes dice que los reclamos y sugerencias de los clientes si son atendidos de inmediato por los trabajadores de los hospedajes de dicha categoría.

TABLA 17

¿Los trabajadores del hospedaje se encuentran capacitados para brindar un servicio seguro y confiable?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	28	41,2	41,2	41,2
	No	32	47,1	47,1	88,2
	indiferente	8	11,8	11,8	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los clientes de los hospedajes.

Los trabajadores del hospedaje se encuentran capacitados para brindar un servicio seguro y confiable

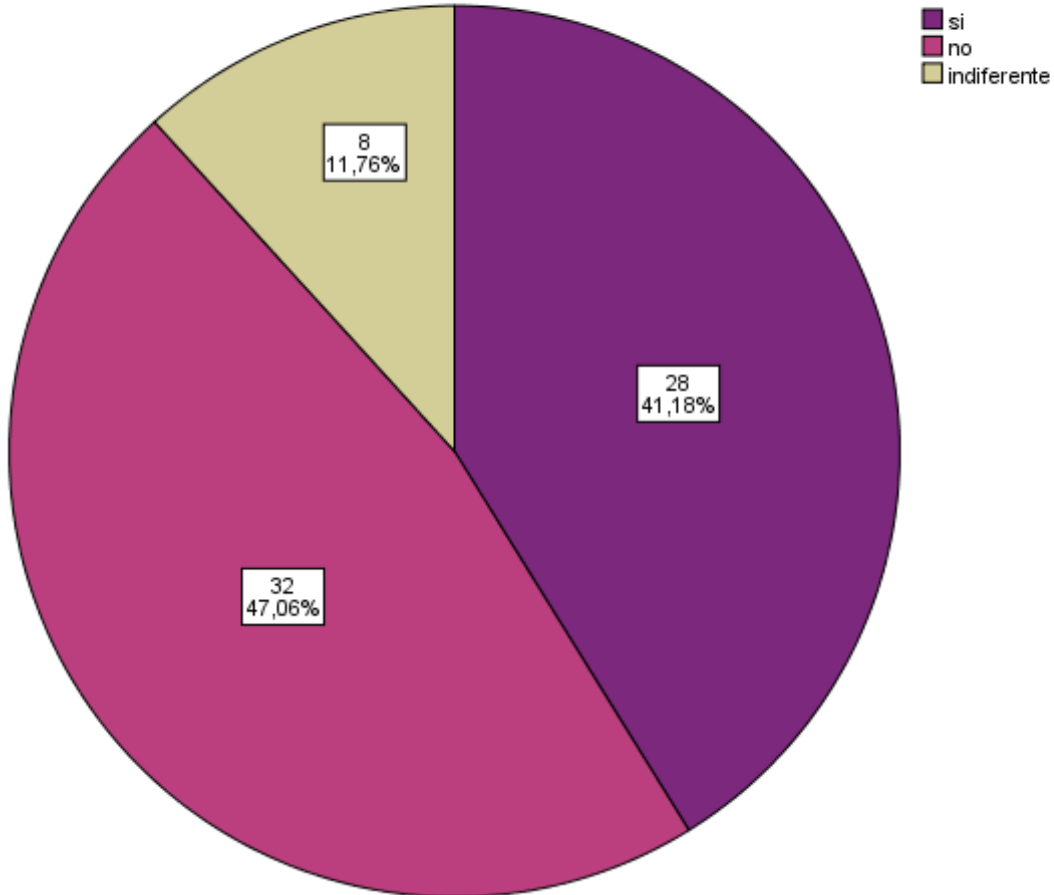


Figura 17: Gráfico circular. Trabajadores capacitados.

Interpretación: En la tabla 17 y figura 17 se observa que el 47,06% de los clientes dice que los trabajadores de los hospedajes de dicha categoría no se encuentran capacitados para brindar un servicio seguro y confiable.

TABLA 18

¿Los trabajadores del hospedaje muestran preocupación por atender los intereses de los clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	31	45,6	45,6	45,6
	No	31	45,6	45,6	91,2
	indiferente	6	8,8	8,8	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los clientes de los hospedajes.

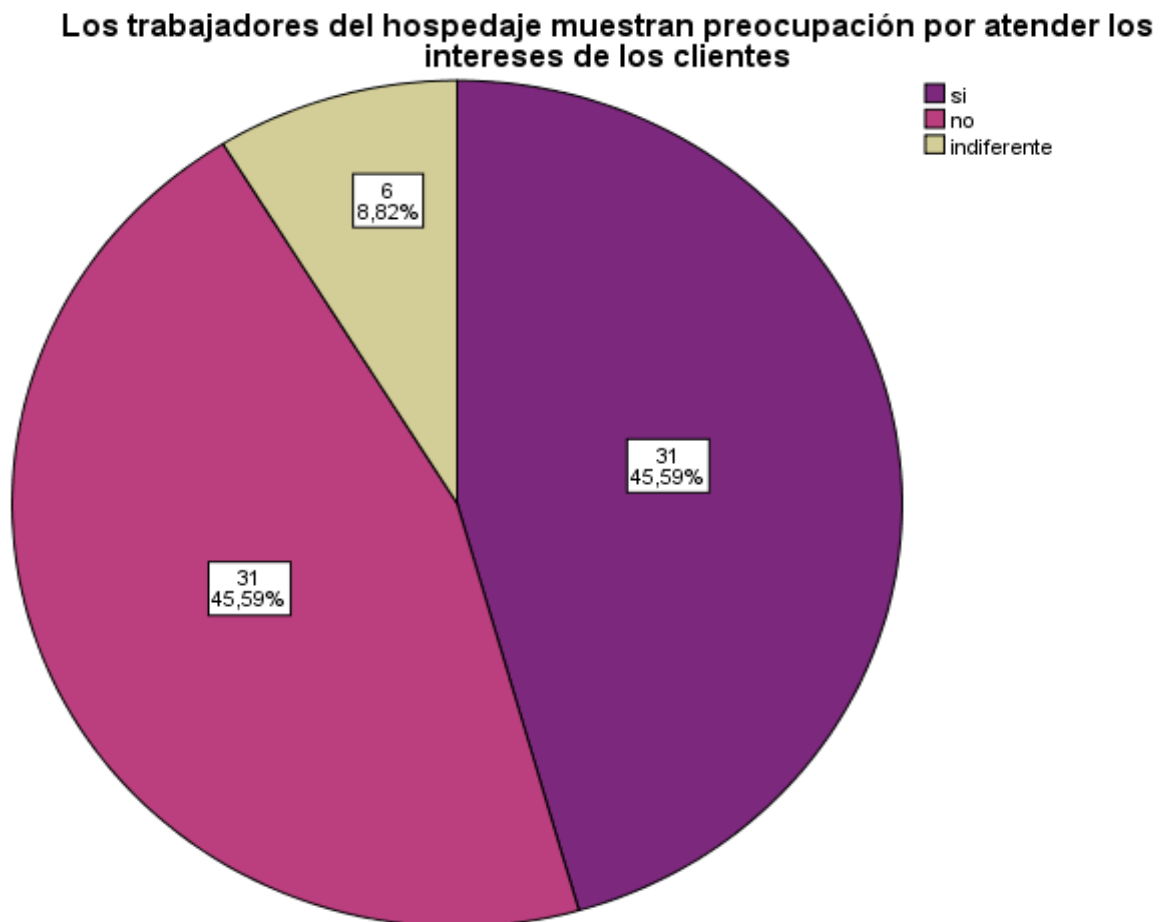


Figura 18: Gráfico circular. Atención de los intereses del cliente por los hospedajes.

Interpretación: En la tabla 18 y figura 18 se observa que 45,59% de los clientes dice que los trabajadores de los hospedajes de dicha categoría no muestran preocupación por atender los intereses de sus clientes.

TABLA 19

¿Los trabajadores del hospedaje brindan un servicio amable y cortés?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	36	52,9	52,9	52,9
	No	24	35,3	35,3	88,2
	indiferente	8	11,8	11,8	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los clientes de los hospedajes.

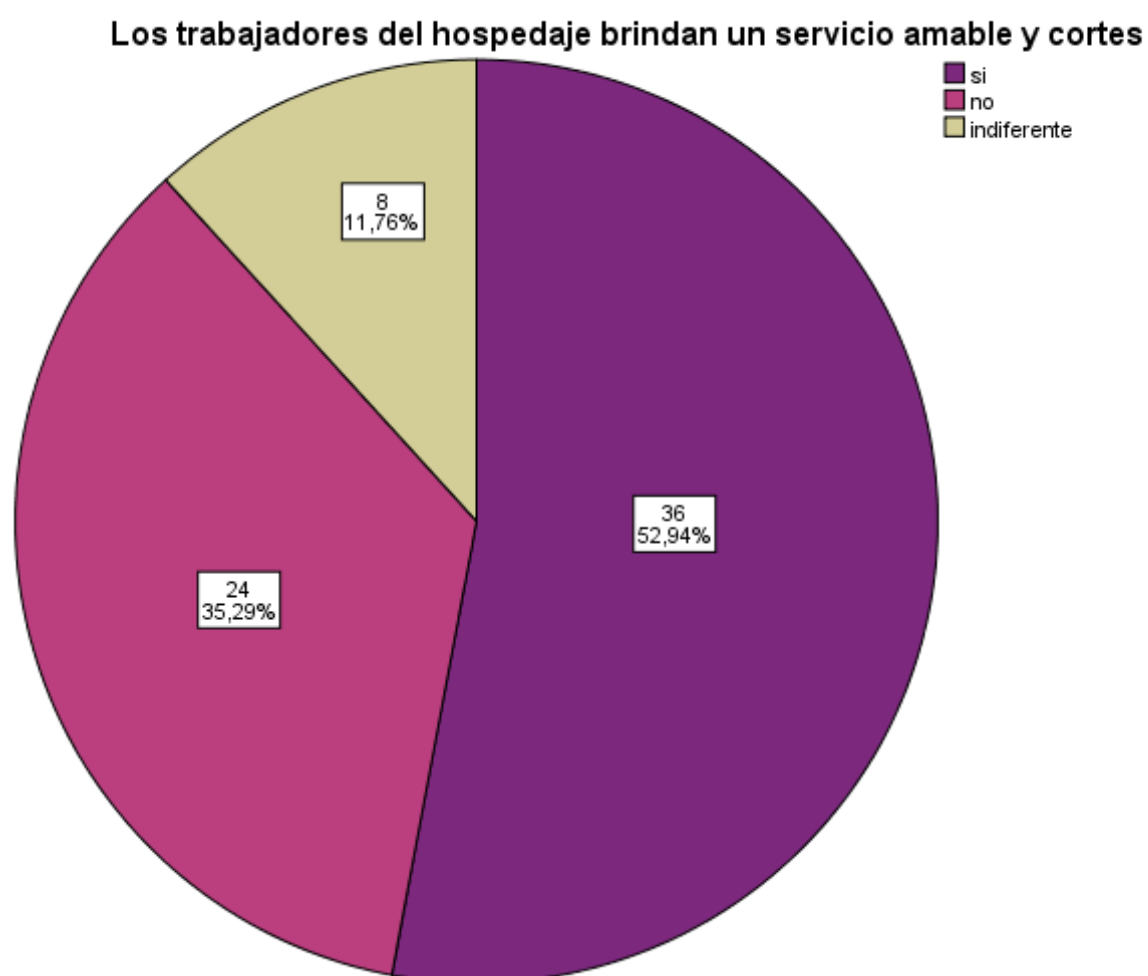


Figura 19: Gráfico circular. Servicio amable y cortés por los trabajadores de los hospedajes.

Interpretación: En la tabla 19 y figura 19 se observa que el 52,94% de los clientes de los trabajadores de los hospedajes de dicha categoría si brindan un servicio amable y cortés.

TABLA 20

¿Volvería usted a solicitar servicio del hospedaje?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	25	36,8	36,8	36,8
	no	32	47,1	47,1	83,8
	indiferente	11	16,2	16,2	100,0
	Total	68	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los clientes de los hospedajes.

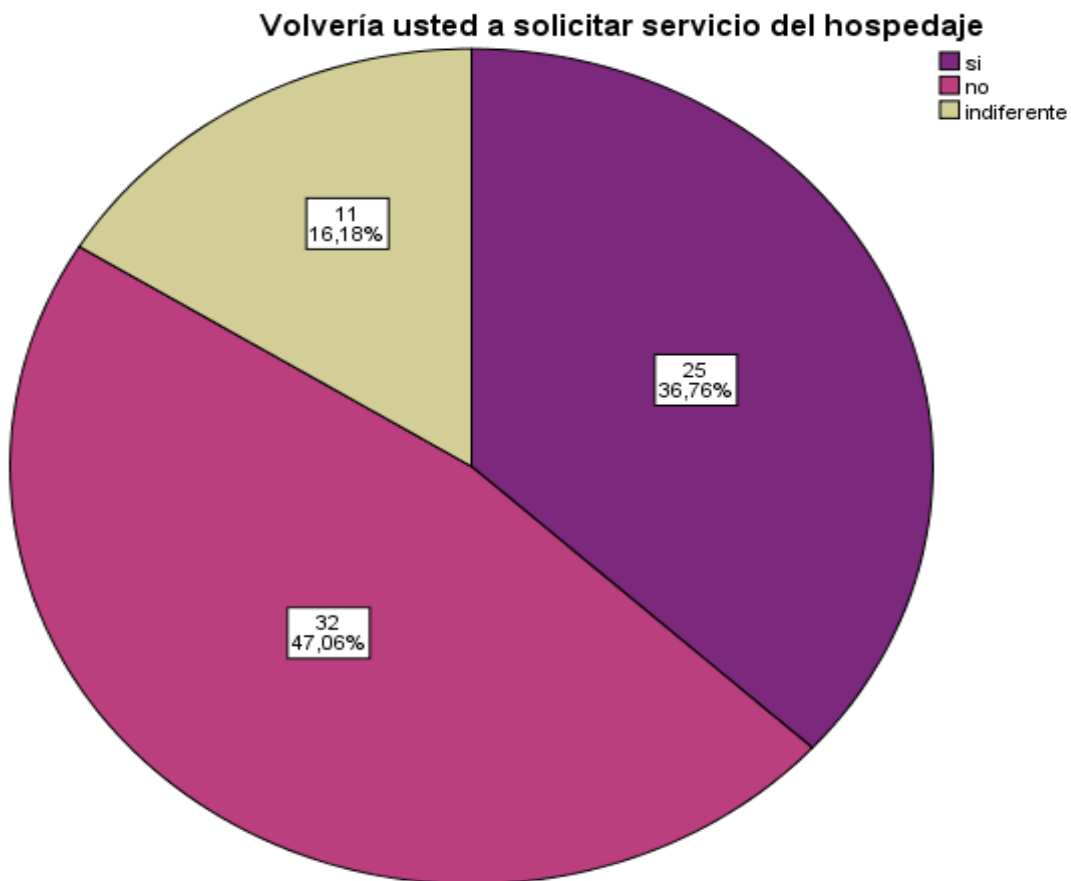


Figura 20: Gráfico circular. Solicitar nuevamente el servicio por los hospedajes.

Interpretación: En la tabla 20 y figura 20 se observa que el 47,06% de los clientes no desea volver a solicitar nuevamente el servicio de los hospedajes de dicha categoría.

5.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS

5.2.1 Respecto a Gestión de Calidad

- ✓ En la tabla 1 y figura 1 se observa que el 36,76% de clientes se muestra indiferente por el servicio brindado de los hospedajes de dicha categoría. Este resultado coincide con Sánchez (2017) donde los clientes consideran que el hospedaje “El Otro Primavera” siempre cuenta con los recursos necesarios para brindarle un buen servicio concluyéndose que los beneficios de la gestión de calidad están determinados a proporcionar bienes y servicios para satisfacer a clientes adaptándose a sus expectativas.
- ✓ En la tabla 2 y figura 2 se observa que el 54,41% de clientes se muestra indiferente por los distintos servicios prestados por los hospedajes de dicha categoría. Este resultado coincide con Abad (2018) donde los clientes apuestan por la calidad del servicio de los hospedajes en el Distrito de Chiclayo, concluyéndose que la caracterización de la gestión de calidad influye positivamente en los beneficios de las mype de hospedajes del Distrito de Chiclayo.
- ✓ En la tabla 3 y figura 3 se observa que el 48,53% de clientes no recibe un buen servicio de calidad por los hospedajes de dicha categoría. Este resultado coincide con Díaz (2018) donde los clientes de la empresa MEGAPROFER S.A. dice que el servicio que presta la empresa es bueno.
- ✓ En la tabla 4 y figura 4 se observa que el 61,76% de los clientes si considera que los hospedajes 3 tres estrellas si cuenta con equipos de nuevas tecnologías. Este resultado coincide con Díaz (2018) donde los clientes de la empresa MEGAPROFER S.A. está de acuerdo que se implante un modelo de gestión de calidad, ya que la calidad de los productos ofertados por la empresa, no siempre reúne las condiciones de garantía y calidad que el cliente desea.

- ✓ En la tabla 5 y figura 5 se observa que el 42,65% de los clientes no cree que el personal de los hospedajes de dicha categoría muestra interés en solucionar sus problemas. Este resultado coincide con Sánchez (2017) donde los clientes del restaurante El Leñador y algo más señaló que a veces la atención del servicio es rápida en solucionar los problemas a sus clientes, llegando a la conclusión que dicho restaurante cuenta con políticas de calidad establecidas.
- ✓ En la tabla 6 y figura 6 se observa que el 48,53% de los clientes dice que los hospedajes de dicha categoría si cuentan con un organigrama establecido y actualizado. Este resultado coincide con Balladares (2018) donde los trabajadores muestran sus habilidades y capacidades de crear equipos de trabajo para tomar decisiones y reducir los problemas que suscitan.
- ✓ En la tabla 7 y figura 7 se observa que el 47,06% de los clientes no está conforme con la puntualidad del servicio que se les brinda en los hospedajes de dicha categoría. Este resultado coincide con Sales (2017) donde los clientes de los hoteles en el distrito de Huaraz indicaron que muy pocas veces el personal del hotel culmina el servicio en el tiempo prometido.
- ✓ En la tabla 8 y figura 8 se observa que el 41,18% se muestra indiferente con el precio por su estadía en los hospedajes de dicha categoría. Este resultado coincide con Balladares (2018) donde se describe la satisfacción de los clientes que están en base a las ofertas que la empresa ofrece.
- ✓ En la tabla 9 y figura 9 se observa que el 45,59% de los clientes dice que los hospedajes de dicha categoría si cuenta con seguridad física. Este resultado coincide con Abad (2018) donde los clientes de los hospedajes en el Distrito de Chiclayo se enfocan a la seguridad de sus clientes a diferencia de los competidores

del mismo rubro, concluyendo que los microempresarios apuestan en ofrecer una mejoría en servicio de seguridad en los clientes.

- ✓ En la tabla 10 y figura 10 se observa que el 39,71% de los clientes dice que la calidad del servicio de los hospedajes de dicha categoría no fue mejor de lo que ellos esperaban. Este resultado coincide con Abad (2018) donde los clientes apuestan por la calidad del servicio de los hospedajes en el Distrito de Chiclayo, concluyéndose que los empresarios ofrecen una mejor calidad del servicio al cliente.

5.2.2 Respecto a Atención al cliente

- ✓ En la tabla 11 y figura 11 se observa que el 51,47% de los clientes dice que las habitaciones de los hospedajes de dicha categoría si son amplios y cómodos. Este resultado coincide con Abad (2018) donde los clientes de los hospedajes de Chiclayo se enfocan en mejorar las comodidades que solicitan los clientes, concluyendo que los microempresarios ofrecen una mejor atención de calidad y servicios de seguridad en las instalaciones.
- ✓ En la tabla 12 y figura 12 se observa que el 45,59% de los clientes dice que los trabajadores de los hospedajes de dicha categoría si se encuentran uniformados e identificados. Este resultado coincide con Abad (2018) donde los clientes de los hospedajes en el Distrito de Chiclayo se enfocan a la seguridad de sus clientes a diferencia de los competidores del mismo rubro.
- ✓ En la tabla 13 y figura 13 se observa que el 54,41% de los clientes dice que los hospedajes de dicha categoría no cuentan con equipamiento moderno y adecuado para la atención de sus clientes. Este resultado coincide con Díaz (2018) donde el los clientes de la empresa MEGAPROFER S.A. está de acuerdo que se implante

- un modelo de gestión de calidad, ya que la calidad de estos productos ofrecidos por la empresa, no están en condiciones de garantía y calidad que el cliente desea.
- ✓ En la tabla 14 y figura 14 se observa que el 60,29% de los clientes dice que los trabajadores de los hospedajes de dicha categoría si brindan la información necesaria. Este resultado coincide con Sales (2017) donde los clientes manifestaron que los conocimientos de los empleados son limitados para contestar las preguntas de los clientes, es decir, existe una deficiencia sobre la capacitación en atención al cliente, por ende existe un grupo de clientes insatisfechos.
 - ✓ En la tabla 15 y figura 15 se observa que el 51,47% de los clientes dice que los trabajadores de los hospedajes de dicha categoría si atienden de manera inmediata a los clientes. Este resultado coincide con Sánchez (2017) donde los clientes del restaurante El Leñador y algo más señaló que a veces la atención del servicio es rápida, siendo la mayoría de veces amables, cortés y agradables.
 - ✓ En la tabla 16 y figura 16 se observa que el 45,59% de los clientes dice que los reclamos y sugerencias de los clientes si son atendidos de inmediato por los trabajadores de los hospedajes de dicha categoría. Este resultado coincide con Sánchez (2017) donde los clientes del restaurante El Leñador y algo más señaló que los trabajadores están lo suficientemente capacitados para solucionar cualquier tipo de inconvenientes, es por ello que la percepción de dicho restaurante es regular.
 - ✓ En la tabla 17 y figura 17 se observa que el 47,06% de los clientes dice que los trabajadores de los hospedajes de dicha categoría no se encuentran capacitados para brindar un servicio seguro y confiable. Este resultado coincide con

Sales (2017) donde los clientes manifestaron que los empleados no se encuentran capacitados para resolver alguna inquietud de los clientes, y es por ello que la gran parte de ellos optan por retirarse del establecimiento sin adquirir servicio.

- ✓ En la tabla 18 y figura 18 se observa que 45,59% de los clientes dice que los trabajadores de los hospedajes de dicha categoría no muestran preocupación por atender los intereses de sus clientes. Este resultado coincide con Sales (2017) donde los clientes de los hospedajes en el Distrito de Chiclayo expresaron que la mayoría de los trabajadores es capaz de escuchar y responder acertadamente a las opiniones de los clientes.
- ✓ En la tabla 19 y figura 19 se observa que el 52,94% de los clientes de los trabajadores de los hospedajes de dicha categoría si brindan un servicio amable y cortés. Este resultado coincide con Sánchez (2017) donde los clientes del restaurante El Leñador y algo más señaló que la mayoría de veces la actitud del personal es amable, cortés y agradable.
- ✓ En la tabla 20 y figura 20 se observa que el 47,06% de los clientes no desea volver a solicitar nuevamente el servicio de los hospedajes de dicha categoría. Este resultado coincide con Gaby (2017) donde una parte de clientes de los hospedajes del Distrito de Huaraz optan por retirarse del establecimiento sin adquirir servicio.

VI. CONCLUSIONES

6.1. Respecto a la gestión de calidad

Se concluye a nivel de objetivo general que los clientes se encuentran satisfechos ya que si están brindando un buen servicio de calidad a sus huéspedes, esto les resulta muy beneficioso, porque está haciendo que sus trabajadores demuestren que están siendo muy bien capacitados para así desarrollarlo correctamente con los clientes.

6.2. Respecto a atención al cliente

Analizando los resultados de la presente investigación se identifica la atención al cliente de los hospedajes de la Provincia de Sullana, concluyéndose que el servicio prestado por estas mypes si cubre las expectativas que busca el cliente, teniendo unos trabajadores con buena capacidad al ofrecer una mejor atención a los clientes y brindando un buen servicio para que así el cliente pueda regresar una y otra vez.

Se describió la satisfacción del cliente en los hospedajes de la Provincia de Sullana, ya que es muy importante mantener en constante capacitación al personal para que así cada trabajador pueda solucionar los problemas de los clientes en caso suceda, con una comunicación amena y un trato cordial.

RECOMENDACIONES

Se recomienda una implementación de un sistema de gestión de calidad que pueda ser observado constantemente por la administradora o representante de la empresa, verificando normas y procedimientos que se den en recepción y en el servicio de las habitaciones.

Se recomienda continuar con las capacitaciones a los trabajadores, para que así ellos puedan tener en claro cuáles son sus funciones y qué hacer en cada situación que se presente dentro de la empresa, siempre y cuando los propietarios utilicen estrategias de motivación hacia sus trabajadores para su mejor rendimiento.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abad Sánchez, F. (2017). *Caracterización de la gestión de la calidad y competitividad de las mypes del giro hostales y hospedajes en el Distrito de Chiclayo en el año 2016*. Proyecto de tesis para obtener el título Profesional de Licenciatura en Administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Chiclayo. Recuperado el 28 de 03 de 2018 de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2295/GESTION_DE_LA_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_ABAD_SANCHEZ_FLORENCIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Almestar Adrianzen, P. R. (2017). *Caracterización de la competitividad y atención al cliente en las mype del rubro pollerías en la Urbanización Ignacio Merino – Piura, año 2017*. Tesis para optar el título de licenciada en Administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Piura. Recuperado el 06 de 05 de 2017, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2370/COMPETITIVIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_ALMESTAR_ADRIANZEN_PATTY_ROSALIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arias Figueroa, D. (2010). *Sistema de Gestión de calidad bajo Normas ISO*. Recuperado el 02 de 01 de 2010, de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/35743/Documento_completo_.pdf?sequence=1
- Balladares Paredes, F. (2018). *Caracterización de la Gestión de Calidad y Capacitación de las Mypes, en el sector servicio rubro hospedaje en el Distrito de Tumbes, 2017*. Informe de tesis para optar título Profesional de Licenciada en Administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Tumbes. Recuperado el 10 de 04 de 2017 de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3849/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_BALLADARES_PAREDES_FLORINDA%20.pdf?sequence=1

- Bresani Torres, A. (2018). *Herramientas de Gestión para la Calidad*. Recuperado el 30 de 10 de 2018 de <https://www.esan.edu.pe/pee/areas/operaciones-y-logistica/herramientas-de-gestion-para-la-calidad/>
- Chacaltana, J. (2016). *Perú, 2002-2012: crecimiento, cambio estructural y formalización*. Recuperado el 08 de 2016 de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40402/1/RVE119_Chacaltana.pdf
- Chumacero Holguín, R. (2018). *Caracterización de la capacitación y la atención al cliente en las mypes del rubro comercialización de calzado del Mercado Modelo Central de Piura, 2018*. Tesis para Optar Título de Licenciada en Administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Piura. Recuperado el 11 de 06 de 2018 de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3739/CAPACITACION_Y_ATENCION_AL_CLIENTE_CHUMACERO%20HOLGUIN_ROSMERY.pdf?sequence=1
- Clinton Sanjenis, Y. I. (2017). *La gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías de Huarmey; caso: ferretería Santa María S.A.C, año 2016*. Tesis para optar el título Profesional de Licenciado en Administración, Universidad Los Ángeles de Chimbote, Chimbote. Recuperado el 20 de 12 de 2017 de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3188/GESTION_EMPRESA_YACUPOMA_INOCENTE_CLINTON_SANJENIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Dzul. (s.f). *Metodología de la investigación*. Universidad Naval de México. Obtenido de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/133491/METODOLOGIA_DE_INVESTIGACION.pdf
- El Peruano, (02 de 07 de 2013). *LEY N° 30056*. Obtenido de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-diversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-ley-n-30056-956689-1/>

- ISMI, (10 de 06 de 2014). *Las expectativas claves de los clientes*. Obtenido de <https://univiaserviciocliente.wordpress.com/2014/08/13/las-diez-expectativas-clave-de-los-clientes/>
- ISO, (04 de 03 de 2015). *Los 8 principios de Gestión de la Calidad*. Obtenido de <http://blogdecalidadiso.es/los-8-principios-de-gestion-de-la-calidad/>
- Izquierdo, R. (2018). *Conoce estas cuatro técnicas de atención al cliente que podrían ayudarte*. Obtenido de <https://integriaims.com/tecnicas-de-atencion-al-cliente/>
- Goicochea Flores, K. (2016). *La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes del Boulevard gastronómico del Distrito de Villa María del Triunfo, Provincia de Lima, Departamento de Lima, período 2015*. Informe de Tesis para Optar el Título Profesional de Licenciada en Administración, Cañete. Obtenido desde <https://www.studocu.com/pe/document/universidad-privada-antenor-orrego/econometria-i/informe/gestion-de-calidad-mype-goicochea-flores-karina-rossi/6452050/view>
- León Ávila, B. (2015). *La importancia de la Calidad en las empresas*. Recuperado el 11 de 12 de 2015 de <https://www.emprendices.co/la-importancia-la-calidad-las-empresas/>
- León Soto, C. A. (2018). *Caracterización del clima laboral y gestión de calidad de las Mypes del sector servicio rubro hospedajes en el distrito de Tumbes, 2018*. Informe de Tesis para Optar Título Profesional de Licenciado en Administración, Tumbes. Recuperado el 10 de 10 de 2018 de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6082/CLIMA_LABORAL_GESTION_DE_CALIDAD_LEON_SOTO_CESAR_ATILIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Martyn Shuttleworth (Mar 7, 2008). *Diseño de la Investigación Cuantitativa*. Recuperado el 03 de 10 de 2018, de <https://explorable.com/es/disenio-de-la-investigacion-cuantitativa>
- Millones Zagal, P. (2010). *Medición y control del nivel de satisfacción de los clientes en un supermercado*. Tesis para optar el Título de Ingeniero Industrial y de Sistemas,

Universidad De Piura, Piura. Recuperado el 06 de 01 de 2010 de https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1233/ING_479.pdf?sequence=1

Miranda Vásquez, M. P. (2009). *Implementación de un sistema de gestión de calidad en la empresa Pointpay International Chile Ltda. Basado en el estándar Internacional ISO 9001:2000*. Tesis para optar al título de Ingeniero Civil en Informática, Universidad Austral de Chile, Valdivia – Chile. Recuperado el 26 de 10 de 2018 de <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2009/bmfcm672i/doc/bmfcm672i.pdf>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (09 de 06 de 2015). *Normatividad: Prestadores de Servicios Turísticos*. Obtenido de <https://www.mincetur.gob.pe/funciones-y-normatividad-2/normatividad/>

Montano, J. (s/f). *Investigación no experimental: diseños, características, tipos y ejemplos*. Obtenido de https://www.lifeder.com/investigacion-no-experimental/#Disenos_de_investigacion_no_experimental

Nueva ISO 9001:2015 (10 de 07 de 2018). *Nueva ISO 9001:2015* Recuperado el 10 de 07 de 2018, de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2018/07/conoce-conceptos-basicos-gestion-de-calidad/>

Noblecilla Lira, L. (2014). *Sullana es una Provincia con mayor crecimiento de empleo en el país*. Recuperado el 28 de 03 de 2014, de <https://andina.pe/agencia/noticia-sullana-es-una-las-provincias-mayor-crecimiento-empleo-el-pais-499644.aspx>

Ovando, B. (22 de 06 de 2005). *Calidad en el servicio al cliente. Cómo llevarla a la práctica*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/calidad-en-el-servicio-al-cliente-como-llevarla-a-la-practica/>

OVERLAP, (20 DE 02 DE 2013). *La atención al cliente: el mayor valor de las empresas, junto al de sus empleados*. Obtenido de <https://www.overlap.net/blog/inoverlap/la-atencion-al-cliente-el-mayor-valor-de-las-empresas-junto-al-de-sus-empleados/>

- Pelayo, M. F. (01 de 12 de 2012). *Determinación del grado de calidad de una empresa a partir de los indicadores de gestión*. Recuperado de 28 de 03 de 2017, de <https://digital.cic.gba.gob.ar/handle/11746/5444>
- RPP Noticias (2016). *La calidad en la atención al cliente*. Recuperado el 18 de 05 de 2016, de <https://rpp.pe/economia/negocios/la-calidad-en-la-atencion-al-cliente-noticia-963323>
- Sales Marchenes, G. O. (2017). *Caracterización de la capacitación en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro de hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, 2016*. Tesis para optar el título Profesional de Licenciada en Administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Huaraz. Recuperado el 06 de 04 de 2017 de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/841/MYPE_CAPACITACION_SALES_MARCHENES_GABY_OLINDA.pdf?sequence=4
- Sánchez Barraza, B. (s/f). *Las mype en Perú. Su importancia y propuesta tributaria*. Recuperado el <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/viewFile/5433/4665>
- Sánchez Fernández, M. N. (2017). *Características de la gestión de calidad y atención al cliente del restaurante el leñador y algo más del distrito de Sullana, año 2017*. Tesis para obtener el título profesional de licenciada en Administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperado el 26 de 10 de 2018 de [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20(1).pdf)
- Sánchez Sánchez, D. P. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente del hospedaje “el otro primavera” del distrito de Sullana año 2017*. Tesis para optar el título profesional de licenciada en Administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Sullana. Recuperado el 26 de 10 de 2018 de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual.pdf
- Serna Gómez, H. (2006). *Servicio de atención al cliente*. Recuperado de 06 de 05 de 2011, de <http://importacionesan.blogspot.com/2011/05/marco-teorico.html>
- Significado de Control de Calidad (21 de 02 de 2017). *Significado de Control de Calidad*. Recuperado el 21 de 02 de 2017, de <https://www.significados.com/control-de-calidad/>

- Tello Cabello, S. Y. (2014). *Importancia de las micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5157875.pdf>
- Thompson, I. (2006). *Definición de Cliente*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>
- Ucha, F. (05 de 05 de 2011). *Gestión de Calidad*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/economia/gestion-de-calidad.php>
- UNIVERSIA (04 de 09 de 2017). *Tipos de investigación: Descriptiva, exploratoria y explicativa*. Obtenido de <http://noticias.universia.cr/educacion/noticia/2017/09/04/1155475/tipos-investigacion-descriptiva-exploratoria-explicativa.html>
- Zepeda, C. (2012). *Maestros de la Calidad*. Obtenido de <http://maestrosdelacalidadzj100112.blogspot.com/2012/09/joseph-m.html>

ANEXOS

ANEXO 01: ANÁLISIS DE FIABILIDAD

ESTADÍSTICO DE ALFA DE CRONBACH

Podemos determinar que el instrumento utilizado para este estudio es confiable debido a que un 946% de confiabilidad con respecto a 20 preguntas del cuestionario.

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	68	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	68	100,0

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,946	10

Estadísticas de elemento

	Media	Desv. Desviación	N
¿El servicio brindado por el hospedaje ha sido de su completa satisfacción?	2,0441	,83637	68
¿Los distintos servicios prestados por el hospedaje son presentados correctamente desde la primera vez?	2,4706	,63412	68
En todo momento y en todo lugar, ¿Recibe un servicio de calidad?	1,8088	,69663	68
¿Considera que el hospedaje cuenta con equipos de nuevas tecnologías?	1,5000	,70181	68

¿Cree usted que cuando tienen un problema, el personal muestra un sincero interés en solucionarlo?	1,7794	,72987	68
¿La empresa cuenta con un organigrama establecido y actualizado?	1,6618	,72504	68
¿Usted está conforme con la puntualidad del servicio que se le brinda?	2,0588	,73062	68
¿Considera que el precio por su estadía es justo?	2,0441	,88830	68
¿El hospedaje cuenta con seguridad física (vigilante)?	1,7353	,76525	68
¿La calidad del servicio fue mejor de lo esperado?	1,8676	,78994	68

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
¿El servicio brindado por el hospedaje ha sido de su completa satisfacción?	16,9265	29,950	,829	,938
¿Los distintos servicios prestados por el hospedaje son presentados correctamente desde la primera vez?	16,5000	35,746	,276	,959

En todo momento y en todo lugar, ¿Recibe un servicio de calidad?	17,1618	30,496	,943	,934
¿Considera que el hospedaje cuenta con equipos de nuevas tecnologías?	17,4706	32,760	,621	,947
¿Cree usted que cuando tienen un problema, el personal muestra un sincero interés en solucionarlo?	17,1912	30,366	,912	,935
¿La empresa cuenta con un organigrama establecido y actualizado?	17,3088	31,351	,783	,940
¿Usted está conforme con la puntualidad del servicio que se le brinda?	16,9118	30,917	,835	,938
¿Considera que el precio por su estadía es justo?	16,9265	29,412	,834	,938
¿El hospedaje cuenta con seguridad física (vigilante)?	17,2353	30,750	,813	,939
¿La calidad del servicio fue mejor de lo esperado?	17,1029	29,825	,903	,935

Estadísticas de escala

Media	Varianza	Desv. Desviación	N de elementos
18,9706	38,238	6,18368	10

Fiabilidad

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	68	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	68	100,0

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,978	10

Estadísticas de elemento

	Media	Desv. Desviación	N
¿Las habitaciones del hospedaje son amplios y cómodos para recibir atención?	1,6765	,78114	68
¿Los trabajadores del hospedaje se encuentran uniformados e identificados?	1,7500	,77988	68
¿El hospedaje cuenta con equipamiento moderno y adecuado para atender a sus clientes?	1,6324	,57053	68
¿Los trabajadores del hospedaje brindan la información necesaria?	1,5147	,70165	68
¿Los trabajadores atienden de manera inmediata a los clientes?	1,5588	,63204	68

¿Los reclamos y sugerencias de los clientes son atendidos de inmediato?	1,6912	,71774	68
¿Los trabajadores del hospedaje se encuentran capacitados para brindar un servicio seguro y confiable?	1,7059	,67046	68
¿Los trabajadores del hospedaje muestran preocupación por atender los intereses de los clientes?	1,6324	,64425	68
¿Los trabajadores del hospedaje brindan un servicio amable y cortes?	1,5882	,69616	68
¿Volvería usted a solicitar servicio del hospedaje?	1,7941	,70306	68

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
¿Las habitaciones del hospedaje son amplios y cómodos para recibir atención?	14,8676	31,609	,874	,976
¿Los trabajadores del hospedaje se encuentran uniformados e identificados?	14,7941	31,897	,839	,977

¿El hospedaje cuenta con equipamiento moderno y adecuado para atender a sus clientes?	14,9118	33,813	,867	,976
¿Los trabajadores del hospedaje brindan la información necesaria?	15,0294	32,656	,841	,977
¿Los trabajadores atienden de manera inmediata a los clientes?	14,9853	33,179	,867	,976
¿Los reclamos y sugerencias de los clientes son atendidos de inmediato?	14,8529	31,620	,961	,973
¿Los trabajadores del hospedaje se encuentran capacitados para brindar un servicio seguro y confiable?	14,8382	32,257	,944	,973
¿Los trabajadores del hospedaje muestran preocupación por atender los intereses de los clientes?	14,9118	32,529	,946	,974
¿Los trabajadores del hospedaje brindan un servicio amable y cortes?	14,9559	32,162	,918	,974
¿Volvería usted a solicitar servicio del hospedaje?	14,7500	32,220	,899	,975

Estadísticas de escala

Media	Varianza	Desv. Desviación	N de elementos
16,5441	39,894	6,31613	10



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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

La presente entrevista tiene como fin recolectar información para poder desarrollar el presente trabajo de investigación titulado: **GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE DEL RUBRO HOSPEDAJE DE LA PROVINCIA DE SULLANA, AÑO 2019.**

La información que nos brinde será utilizada exclusivamente para fines académicos y de investigación. De lo contrario se le agradece su participación.

Marque con una "X" según sea el caso:

SI

NO

INDIFERENTE

Encuestador(a): Katyhuska Violeta Lazo Silva

N°	I. GESTIÓN DE CALIDAD	ÍTEMS		
		SI	NO	Indiferente
1	¿El servicio brindado por el hospedaje ha sido de su completa satisfacción?			
2	¿Los distintos servicios prestados por el hospedaje son presentados correctamente desde la primera vez?			
3	En todo momento, en todo momento y en todo lugar, ¿Recibe un servicio de calidad?			
4	¿Considera que el hospedaje cuenta con equipos de nuevas tecnologías?			
5	¿Cree usted que cuando tienen un problema, el personal muestra un sincero interés en solucionarlo?			
6	¿La empresa cuenta con un organigrama establecido y actualizado?			

7	¿Usted está conforme con la puntualidad del servicio que se le brinda?			
8	¿Considera que el precio por su estadía es justo?			
9	¿El hospedaje cuenta con seguridad física (vigilante)?			
10	¿La calidad del servicio fue mejor de lo esperado?			
	II. ATENCIÓN AL CLIENTE	ÍTEMS		
		SI	NO	Indiferente
11	¿Las habitaciones del hospedaje son amplios y cómodos para recibir atención?			
12	¿Los trabajadores del hospedaje se encuentran uniformados e identificados?			
13	¿El hospedaje cuenta con equipamiento moderno y adecuado para atender a sus clientes?			
14	¿Los trabajadores del hospedaje brindan la información necesaria?			
15	¿Los trabajadores atienden de manera inmediata a los clientes?			
16	¿Los reclamos y sugerencias de los clientes son atendidos de inmediato?			
17	¿Los trabajadores del hospedaje se encuentran capacitados para brindar un servicio seguro y confiable?			
18	¿Los trabajadores del hospedaje muestran preocupación por atender los intereses de los clientes?			
19	¿Los trabajadores del hospedaje brindan un servicio amable y cortés?			
20	¿Volvería usted a solicitar servicio del hospedaje?			

ANEXO 03: CONSENTIMIENTO INFORMADO

Sullana, 22 de Setiembre del 2019.

Oficio N.º 001-180 - 2018 DTI ULADECH/CDRR

Señor: Gerentes de las Mypes rubro – Hospedajes **SULLANA**

Asunto: Solicito una entrevista

Tengo el agrado de dirigirme a usted, para manifestarle que, estamos realizando un estudio de investigación con el objetivo de: Caracterizar la gestión de calidad y atención al cliente en las mype del rubro hospedaje de la Provincia de Sullana, año 2019.

Nos gustaría presentarle una hoja informativa sobre las razones del estudio, luego de eso usted decidirá si desea continuar en el presente estudio. Luego de haber aceptado participar, procederá a llenar la siguiente encuesta, en ella sólo debe llenar los cuadros vacíos y marcar la opción que corresponda a su respuesta.

Agradecemos de antemano su participación.

Aprovecho la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi mayor consideración y deferente estima personal.

Dios guarde a Ud.

ANEXO 04: VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

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

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo **KATYHUSKA VIOLETA LAZO SILVA**, **identificado con DNI 7 1 2 2 6 3 2 0**, **Magister en ADMINISTRACIÓN**. Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(s) de recolección de datos del cuestionario, elaborado por la estudiante. **Br. KATYHUSKA VIOLETA LAZO SILVA**, para efectos de su aplicación a los sujetos de la población (muestral) seleccionada para el trabajo de investigación: **GESTIÓN DE CALIDAD Y Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPE DEL RUBRO HOSPEDAJE DE LA PROVINCIA DE SULLANA AÑO 2019**, que se encuentra realizando.

Luego de haber realizado la revisión pertinente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Sullana, 21 de noviembre del 2020.

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote								
Escuela Profesional de Administración								
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS								
Autora: KATYHUSKA VIOLETA LAZO SILVA								
Ítems relacionados GESTIÓN DE CALIDAD	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
	PERTINENCIA		REDACCIÓN		CONGRUENCIA		CONTENIDO	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
OE1: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en las MYPE del rubro hospedaje de la Provincia de Sullana, año 2019.								
1. ¿El servicio brindado por el hospedaje ha sido de su completa satisfacción?	X			X		X		X
2. ¿Los distintos servicios prestados por el hospedaje son presentados correctamente desde la primera vez?	X			X		X		X
3. En todo momento y en todo lugar, ¿Recibe un servicio de calidad?	X			X		X		X
4. ¿Considera que el hospedaje cuenta con equipos de nuevas tecnologías?	X			X		X		X
5. ¿Cree usted que cuando tienen un problema, el personal muestra un sincero interés en solucionarlo?	X			X		X		X
6. ¿La empresa cuenta con un organigrama establecido y actualizado?	X			X		X		X
7. ¿Usted está conforme con la puntualidad del servicio que se le brinda?	X			X		X		X
8. ¿Considera que el precio por su estadía es justo?	X			X		X		X

9. ¿El hospedaje cuenta con seguridad física (vigilante)?	X			X		X		X
10. ¿La calidad del servicio fue mejor de lo esperado?	X			X		X		X
OE2: Identificar la atención al cliente en las MYPE del rubro hospedaje de la Provincia de Sullana, año 2019.								
11. ¿Las habitaciones del hospedaje son amplios y cómodos para recibir atención?	X			X		X		X
12. ¿Los trabajadores del hospedaje se encuentran uniformados e identificados?	X			X		X		X
13. ¿El hospedaje cuenta con equipamiento moderno y adecuado para atender a sus clientes?	X			X		X		X
14. ¿Volvería usted a solicitar servicio del hospedaje?	X			X		X		X
OE3: Describir la satisfacción del cliente en las MYPE del rubro hospedaje de la Provincia de Sullana, año 2019.								
15. ¿Los trabajadores del hospedaje brindan la información necesaria?	X			X		X		X
16. ¿Los trabajadores atienden de manera inmediata a los clientes?	X			X		X		X
17. ¿Los reclamos y sugerencias de los clientes son atendidos de inmediato?	X			X		X		X
18. ¿Los trabajadores del hospedaje se encuentran capacitados para brindar un servicio seguro y confiable?	X			X		X		X
19. ¿Los trabajadores del hospedaje muestran preocupación por atender los intereses de los clientes?	X			X		X		X
20. ¿Los trabajadores del hospedaje brindan un servicio amable y cortés?	X			X		X		X

final

INFORME DE ORIGINALIDAD

0%

INDICE DE SIMILITUD

5%

FUENTES DE
INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

< 4%

Excluir bibliografía

Activo