



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD
BAJO EL MODELO HOTELQUAL EN LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS
DEL RUBRO HOTELES DE TRES ESTRELLAS DEL
DISTRITO DE HUARAZ, 2016**

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

**AUTORA
CELENY MARISOL ROMAN ALEJOS**

**ASESOR
Mgtr. CARLOS HUMBERTO CHUNGA ANTÓN**

HUARAZ – PERÚ

2018



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD
BAJO EL MODELO HOTELQUAL EN LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS
DEL RUBRO HOTELES DE TRES ESTRELLAS DEL
DISTRITO DE HUARAZ, 2016**

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

**AUTORA
CELENY MARISOL ROMAN ALEJOS**

**ASESOR
Mgtr. CARLOS HUMBERTO CHUNGA ANTÓN**

HUARAZ – PERÚ

2018

1. Título de la tesis:

Caracterización de la gestión de calidad bajo el modelo HOTELQUAL en las micro y pequeñas empresas del sector servicios del rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, 2016.

2. Hoja de firma del jurado y asesor

Dr. José Germán Salinas Gamboa.

Presidente.

Mgtr. César Hernán Norabuena Mendoza.

Secretario.

Mgtr. Carmen Rosa Azabache Arquinio.

Miembro.

Mgtr. Carlos Humberto Chunga Antón.

Asesor.

3. Agradecimiento

Con mucha gratitud y amor a Dios, que me da la fortaleza de seguir adelante por ello con mucha humildad agradezco a ÉL.

A mis padres en especial a mi grandiosa madre Rosa Alejos Morillo, y hermanos por su apoyo y soporte absoluto, por las grandiosas enseñanzas y conocimientos de vida que me ha enseñado hasta la actualidad, para seguir adelante. A sí mismo a la Universidad Católica los Ángeles Chimbote y a sus docentes, por sus grandes conocimientos impartidos durante mi formación universitaria.

4. Dedicatoria

Esta tesis se la dedico a mi Dios quién supo darme su luz y guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mi familia. Para mis padres por su gran apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. A mis hermanos (as) por estar siempre presentes, acompañándome para poderme realizar. En especial a ti hermano (Renan Roman Alejos) que siempre me aconsejabas y te preocupabas por mi bienestar y ahora que estas al lado de nuestro padre Dios me acompañas, me guías para seguir adelante.

5. Resumen

El trabajo de investigación tuvo como objetivo describir las principales características de la gestión de calidad bajo el modelo HOTELQUAL en las micro y pequeñas empresas (MYPES), del sector servicios del rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, 2016. Se utilizó un tipo de investigación descriptivo donde se mencionaron las características respecto a la gestión de calidad. La investigación es no experimental (transeccional o transversal). La población para este estudio fueron 05 establecimientos que tenían la denominación de hoteles de tres estrellas según fuente SUNAT. De los cuales la muestra son 368 clientes de las MYPES. A quiénes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas cerradas por medio de la encuesta; donde se obtuvieron los siguientes resultados: (personal), del total de los clientes encuestados el 37,77% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, ya que la empresa no cuenta con personal competente y profesional. (instalaciones), del total de los clientes encuestados el 78,53% manifestaron estar en total de acuerdo, en que todas las instalaciones de la empresa se deben de encontrar en buenas condiciones. (organización), del total de los clientes encuestados el 35,60% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, ya que los trabajadores no resuelven problemas sin la ayuda de sus superiores. Finalmente, como conclusión: Los clientes encuestados perciben que existe una deficiente gestión de calidad en los servicios, porque consideran que no hay un interés por parte de los hoteles para mejorar la calidad del mismo en los distintos aspectos evaluados.

Palabras Clave: Gestión de Calidad, HOTELQUAL, Hoteles, Personal, Instalación, Organización.

6. Abstract

The general objective of the research work was to describe the main characteristics of quality management under the HOTELQUAL model in micro and small enterprises MSEs, of the services sector of the category three-star hotels of the District of Huaraz, 2016. A type of descriptive research was used where the characteristics regarding quality management were mentioned. The research is non-experimental (transectional or transverse). The population for this study were 05 establishments that had the denomination of three star hotels according to Fuente Sunat. of which the sample are 368 customers of the MSEs. To whom a questionnaire of 21 closed questions was applied through the survey; Where the following results were obtained: (personnel), of the total of the clients surveyed the 37.77% said to be scarce disagree, since the company does not have competent and professional personnel. (facilities), of the total of the customers surveyed 78.53% expressed total agreement, in which all the facilities of the company must be found in good condition. (organization), of the total number of customers surveyed, 35.60% said they were hardly at odds, as workers do not solve problems without the help of their superiors. Finally, in conclusion: the clients surveyed perceive that there is a poor quality management in the services, because they consider that there is not an interest on the part of the hotels to improve the quality of the same one in the different aspects evaluated.

Key words: Quality management, HOTELQUAL, hotels, Personnel, installation, organization.

7. Contenido

| | |
|---|------|
| 1. Título de la tesis: | ii |
| 2. Hoja de firma del jurado y asesor..... | iii |
| 3. Agradecimiento | iv |
| 4. Dedicatoria | v |
| 5. Resumen | vi |
| 6. Abstract | vii |
| 7. Contenido | viii |
| 8. Índice de tablas | x |
| 9. Índice de figuras | xii |
| I. Introducción..... | 1 |
| II. Revisión de la Literatura | 5 |
| 2.1. Antecedentes | 5 |
| 2.2. Bases teóricas de la investigación..... | 8 |
| 2.2.1. Gestión de calidad..... | 8 |
| 2.2.2. Modelo HOTELQUAL..... | 11 |
| 2.2.3. Micro y Pequeñas Empresas | 19 |
| 2.2.4. Sector Servicios | 20 |
| 2.2.5. Rubro Hoteles de tres estrellas | 21 |
| 2.3. Marco conceptual de la investigación..... | 27 |
| III. Metodología | 29 |
| 3.1. Diseño de la investigación | 29 |
| 3.2. Población y muestra | 29 |
| 3.3. Definición y operacionalización de variables | 31 |
| 3.4. Técnicas e instrumentos | 32 |
| 3.5. Plan de análisis..... | 32 |
| 3.6. Matriz de consistencia..... | 33 |
| 3.7. Principios éticos | 34 |
| IV. Resultados | 35 |
| 4.1. Resultados | 35 |
| 4.2. Análisis de resultados | 56 |
| V. Conclusiones | 63 |

| | |
|----------------------------------|----|
| 5.1. Conclusiones | 63 |
| 5.2. Recomendaciones | 64 |
| Referencias Bibliográficas | 65 |
| Anexos | 71 |

8. Índice de tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1. <i>Distribución según edad de los clientes de las MYPES.</i> | 35 |
| Tabla 2. <i>Distribución según género de los clientes de las MYPES.</i> | 36 |
| Tabla 3. <i>Distribución según grado de instrucción de los clientes de las MYPES.</i> 37 | |
| Tabla 4. <i>Distribución según el personal competente y profesional con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES.</i> | 38 |
| Tabla 5. <i>Distribución según el personal capacitado para desempeñarse en su área con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES.</i> | 39 |
| Tabla 6. <i>Distribución según el personal confiable para animarse, hacer uso del servicio con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES.</i> | 40 |
| Tabla 7. <i>Distribución según el personal comprometido y honrado en la hora de realizar su trabajo con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES.</i> 41 | |
| Tabla 8. <i>Distribución según el personal limpio y aseado con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES.</i> | 42 |
| Tabla 9. <i>Distribución según el personal que debe estar siempre bien presentable según los clientes de las MYPES.</i> | 43 |
| Tabla 10. <i>Distribución según el equipamiento se encuentre siempre en buenas condiciones según los clientes de las MYPES.</i> | 44 |
| Tabla 11. <i>Distribución según el equipamiento en buenas condiciones con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES.</i> | 45 |
| Tabla 12. <i>Distribución según sus instalaciones siempre vistas como confortables y acogedoras con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES.</i> | 46 |
| Tabla 13. <i>Distribución según sus instalaciones confortables y acogedoras con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES.</i> | 47 |
| Tabla 14. <i>Distribución según sus instalaciones seguras con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES.</i> | 48 |
| Tabla 15. <i>Distribución según sus instalaciones limpias y ordenadas con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES.</i> | 49 |
| Tabla 16. <i>Distribución según la discreción de los trabajadores a la hora de realizar su trabajo según los clientes de las MYPES.</i> | 50 |
| Tabla 17. <i>Distribución según la discreción de los trabajadores que manejan información confiable según los clientes de las MYPES.</i> | 51 |

| | |
|--|----|
| Tabla 18. <i>Distribución según los trabajadores que resuelven sus problemas sin la ayuda de su superior según los clientes de las MYPES.</i> | 52 |
| Tabla 19. <i>Distribución según ayuda de los trabajadores a su superior a solucionar problemas que se presentan según los clientes de las MYPES.</i> | 53 |
| Tabla 20. <i>Distribución según los trabajadores que responden oportunamente a las labores asignadas según los clientes de las MYPES.</i> | 54 |
| Tabla 21. <i>Distribución según los trabajadores que actúan con rapidez frente a las necesidades o reclamos de los clientes según los clientes de las MYPES.</i> | 55 |

9. Índice de figuras

| | |
|---|----|
| <i>Figura 1.</i> Distribución según edad de los clientes de las MYPES..... | 35 |
| <i>Figura 2.</i> Distribución según género de los clientes de las MYPES. | 36 |
| <i>Figura 3.</i> Distribución según grado de instrucción de los clientes de las MYPES. | 37 |
| <i>Figura 4.</i> Distribución según el personal competente y profesional con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES..... | 38 |
| <i>Figura 5.</i> Distribución según el personal capacitado para desempeñarse en su área con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES..... | 39 |
| <i>Figura 6.</i> Distribución según el personal confiable para animarse, hacer uso del servicio con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES. | 40 |
| <i>Figura 7.</i> Distribución según el personal comprometido y honrado en la hora de realizar su trabajo con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES. | 41 |
| <i>Figura 8.</i> Distribución según el personal limpio y aseado con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES..... | 42 |
| <i>Figura 9.</i> Distribución según el personal que debe estar siempre bien presentable según los clientes de las MYPES..... | 43 |
| <i>Figura 10.</i> Distribución según el equipamiento se encuentre siempre en buenas condiciones según los clientes de las MYPES..... | 44 |
| <i>Figura 11.</i> Distribución según el equipamiento en buenas condiciones con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES. | 45 |
| <i>Figura 12.</i> Distribución según sus instalaciones siempre vistas como confortables y acogedoras con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES..... | 46 |
| <i>Figura 13.</i> Distribución según sus instalaciones confortables y acogedoras con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES. | 47 |
| <i>Figura 14.</i> Distribución según sus instalaciones seguras con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES..... | 48 |
| <i>Figura 15.</i> Distribución según sus instalaciones limpias y ordenadas con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES. | 49 |
| <i>Figura 16.</i> Distribución según la discreción de los trabajadores a la hora de realizar su trabajo según los clientes de las MYPES. | 50 |

| | |
|--|----|
| <i>Figura 17.</i> Distribución según la discreción de los trabajadores que manejan información confiable según los clientes de las MYPES. | 51 |
| <i>Figura 18.</i> Distribución según los trabajadores que resuelven sus problemas sin la ayuda de su superior según los clientes de las MYPES. | 52 |
| <i>Figura 19.</i> Distribución según ayuda de los trabajadores a su superior a solucionar problemas que se presentan según los clientes de las MYPES. | 53 |
| <i>Figura 20.</i> Distribución según los trabajadores que responden oportunamente a las labores asignadas según los clientes de las MYPES. | 54 |
| <i>Figura 21.</i> Distribución según los trabajadores que actúan con rapidez frente a las necesidades o reclamos de los clientes de las MYPES. | 55 |

I. Introducción

La globalización se encuentra en todo el mundo, donde podemos estar en constante actualización y conocimiento de las grandes industrias que surgen día a día en el mundo y en nuestro país, es ahí en donde las empresas intentan consolidarse en el mercado donde interactúan, buscando de esta manera la gestión de calidad en sus servicios para continuamente crecer y desarrollarse, razón por la cual nuestras micro y pequeñas empresas (MYPES), ha motivado a la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote a través de la Escuela Profesional de Administración, a establecer como línea de investigación Gestión de calidad dentro del cual se enmarcó el presente trabajo con el modelo HOTELQUAL.

Considerando que la mayoría de empresas de nuestro país son MYPES y que el aporte que brindan a nuestro sistema económico es muy apreciable, en tanto se generan oportunidades laborales y se reduce la pobreza. El interés de investigar sobre la gestión de calidad en los hoteles de la ciudad de Huaraz se debe a que existe insatisfacción de los clientes cuando acuden a hoteles de tres estrellas. Según las noticias: Directores de Ancash participan de la jornada de 'Inducción 2015', organizado por el Ministerio de Educación, donde denuncian al hotel 'Condado' de Huacho por mala atención, donde constataron que en las habitaciones el número de personas no correspondía a su capacidad real, así mismo había incumplimiento en cuanto a los servicios de alimentación. Rpp Noticias (2015). Dicha información refleja la mala atención en los hoteles ya que no solo se da en la ciudad de Huaraz si no, también, a nivel regional.

Las instalaciones del Gran Hotel Amazonas, que está inscrito en el Registro General del Patrimonio Cultural de acuerdo con lo establecido en la Ley de Protección y Defensa del Patrimonio Cultural, las instalaciones muestran evidencias de detrimento en su infraestructura, así como que se encuentran inhabilitados de operar por razones legales; por lo que no pueden acoger turistas. Patilla (2013). Lo cual se está brindando un servicio no autorizado e informal en perjuicio de los turistas.

Entre otros hechos, se resalta el inadecuado servicio en los hoteles tal como el incidente de discriminación que se presentó en el Hotel Plaza de Tacna contra una pareja de homosexuales motivo por la cual se le aplicó una multa por la suma de S/. 7, 400 República (2012). Noticias como esta, motiva a investigar a fondo sobre la gestión que brindan los diferentes hoteles de nuestro país.

En base a lo mencionado, se formuló el siguiente problema de investigación: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el modelo HOTELQUAL en las MYPES, del sector servicios del rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, 2016?

Para dar respuesta a la interrogante, se ha trazado el siguiente objetivo general: (a) Describir las principales características de la gestión de calidad bajo el modelo HOTELQUAL en las micro y pequeñas empresas del sector servicios del rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, 2016.

Para alcanzar el objetivo general, se han trazado los siguientes objetivos específicos: (a) Determinar las principales características de los clientes en las micro y pequeñas empresas del sector servicios del rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, 2016; (b) Identificar las principales características de la gestión de calidad bajo el modelo HOTELQUAL en las micro y pequeñas empresas del sector servicios del rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, 2016.

La investigación se justifica, porque es de mucha importancia tener conocimiento si se está manejando de forma eficiente y eficaz la gestión de calidad en las MYPES de los hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz. Considerando el modelo HOTELQUAL y sus dimensiones, tales como personal, instalaciones y organización, ya que el cliente de hoy en día busca satisfacer sus necesidades con un servicio de calidad. Por otra parte, esta investigación servirá como guía para las próximas investigaciones que desean profundizar más en el tema de la gestión de calidad bajo el modelo HOTELQUAL, ya que este sector tiene grandes posibilidades de crecer y es una fuente de desarrollo económico en nuestro país.

El sustento teórico de la presente investigación se basará en el modelo HOTELQUAL de los autores españoles (Falces, Sierra, Becerra y Briñol, 2008), quienes mencionan que el HOTELQUAL se aplica para contar la disposición observada en los servicios de hotelería, este se debe a la prevalencia de tres dimensiones: Personal, Instalaciones, Organización.

La metodología a usarse en la investigación será de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, en donde se caracterizará la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del rubro hoteles de tres estrellas en el distrito de Huaraz. El diseño de la investigación es No Experimental, donde se observan sus acciones y actividades donde se dan en su estado normal, así mismo es Transeccional o Transversal, en donde se juntan los datos en un solo momento, en un tiempo único. Los métodos de investigación consideramos la observación y las encuestas, así como las herramientas de recaudación de datos, como los cuestionarios estructurados. Los datos recolectados se utilizaron a través del uso de las metodologías y herramientas antes indicadas, acudiendo a los informantes o fuentes también explicadas, donde serán ingresados al programa estadístico SPSS 20 para el proceso de datos, la presentación se da mediante tablas, gráficas y el análisis estadístico.

En ese sentido según los resultados, (personal), encontramos que el 37,77% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, que la empresa no cuenta con personal competente y profesional, (instalaciones), el 37,23% de los clientes manifestaron estar escasamente en desacuerdo, ya que todas las instalaciones no se encuentran bien equipadas, (organización), el 39,95% de los clientes manifestaron estar escasamente en desacuerdo ya que los trabajadores no ayudan a sus superiores a resolver algún problema que pueda ocurrir.

En conclusión, las (MYPES), del rubro hoteles de tres estrellas no están haciendo uso eficiente de la gestión de calidad, en cuanto a los servicios que se está brindando, y mucho menos tienen conocimiento del modelo HOTELQUAL, donde este trabaja en razón de tres dimensiones personal, instalación y

organización, fuente importantísima para los hoteles ya que este modelo se crea para poder tener conocimiento en cuanto a la calidad percibida y esperada de los clientes.

A la vez que la gestión de calidad, ha sido un elemento fundamental en el desarrollo de la presente investigación ya que es una forma de identificar si se está desarrollando adecuadamente la atención al cliente y este mismo permitirá evaluar la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente.

Se recomienda hacer uso del modelo HOTELQUAL ya que este se utiliza para medir la calidad apreciada en los servicios de hospedaje. En ese sentido respecto a la instalación de los hoteles se debe mejorar en la limpieza de los diferentes ambientes, así como el orden y la seguridad que brindan estos establecimientos. En cuanto al Personal se recomienda hacer uso del uniforme adecuado para estar presentables en la hora de atención al cliente y referente a la Organización se debe de trabajar conjuntamente con el personal, para que este tenga conocimiento sobre las diferentes actividades y procedimientos que se realiza en la empresa. A si mismo realizar constantes capacitaciones que impliquen a su vez motivar a los trabajadores.

II. Revisión de la Literatura

2.1. Antecedentes

Salgado (2010) en su tesis sobre “Evaluación de la Calidad del Servicio Turístico en las Empresas de Alojamiento del Balneario Las Peñitas”, cuyo objetivo fue apreciar el nivel de calidad del servicio turístico de alojamiento en el Balneario de Las Peñitas, el tipo de investigación fue descriptiva con un diseño transversal, con una población de 14 empresas y muestra de 7, los instrumentos utilizados fueron el cuestionario y guía de entrevista aplicadas a empleados, turistas y propietarios. De los resultados obtenidos, los colaboradores prestan atención en cuanto a las necesidades de los clientes, el 62.1% lo considera bueno, los colaboradores tienen disponibilidad para proporcionar información correcta cuando los clientes lo necesitan el (60.7%), casi similar al porcentaje anterior mencionan que lo consideran bueno.

Conclusiones: Los diferentes servicios que ofrecen las organizaciones turísticas de alojamiento en el Balneario de Las Peñitas – Poneloya, es de muy mala calidad debido a una diversidad de factores, (los diferentes empresarios de estos alojamientos no tienen conocimiento en el rubro, no realizan una buena capacitación a sus trabajadores, no están en constante innovación en cuanto a su organización que manejan, no hacen uso de instrumentos de medición para ver si están ofreciendo un buen servicio de calidad, etc).

Hoyos (2008) en su tesis “Determinación del nivel de satisfacción de los clientes del hotel bolívar plaza de la ciudad de Armenia”, cuyo objetivo fue determinar la satisfacción de los clientes (huéspedes), del hotel bolívar plaza de la ciudad de Armenia con relación al servicio de habitaciones en donde se utilizó la metodología SERVQUAL, aplicando un tipo de investigación descriptiva a una población de 374 y la muestra de 80 clientes. Los instrumentos utilizados fueron el cuestionario y guía de entrevista aplicadas a los diferentes clientes de los hoteles. En cuanto a los resultados la documentación que se encuentra en las habitaciones debe ser un valor agregado importante ya que esta orienta al huésped a cerca de los servicios del hotel y de la ciudad de destino. Se debe mejorar pues,

aunque la mayoría de los huéspedes están satisfechos, un 28,8% le parece normal y eso es un indicativo de que la información no es suficiente.

Conclusiones: En cuanto a la fiabilidad, cual es la habilidad para desempeñar el servicio prometido de manera precisa y fiable genera un 77,4% de satisfacción entre los huéspedes encuestados, con la habilidad para prestar el servicio prometido de forma precisa, pero hay insatisfacciones en el servicio de room service. Para ello se ofrecen las alternativas expuestas en los cuadros 20 y 21 que recomiendan sensibilizar a los colaboradores del hotel en cuanto a estándares y cumplimiento de servicio.

Cabrera (2015) en su tesis “Percepción de la calidad en el servicio de atención al cliente en el hotel Casa Andina Select, Chiclayo” 2015. Tuvo como objetivo determinar la calidad del servicio percibido respecto al personal, instalaciones y organización del hotel. La metodología de investigación fue de campo que es por medio de la aplicación del cuestionario del Modelo HOTELQUAL con escala tipo Likert, con una muestra de 30 huéspedes. Donde se tuvo como resultado que el establecimiento hotelero dentro de su política organizacional brinda el servicio contratado, corrección de sus datos en su estadía del cliente, los servicios ofrecidos funcionan con rapidez, personal disponible para solucionar cualquier eventualidad del cliente.

Conclusiones: La calidad de los servicios percibidos en el hotel, según los lineamientos del Modelo HOTELQUAL (a) personal llego hacer 100% de satisfacción en relación a disposición de ayuda, confianza que inspiran, facilitación de información, competencia y profesionalismo de los trabajadores; (b) las instalaciones ofrecidas en el hotel presentaron un 100% de satisfacción. Las instalaciones cumplen con las normas de seguridad, las áreas y equipamiento están conservadas y confortabilidad en las habitaciones; (c) en la organización de los servicios del hotel, ofertadas a los usuarios manifestaron un 100% de satisfacción en base a los lineamientos del modelo HOTELQUAL.

Ybañez (2016) en su tesis, “El servicio de calidad en los hoteles de tres estrellas del centro histórico de Trujillo, Provincia de Trujillo, Región la Libertad”, Tuvo

como objetivo determinar las características que presentan los hoteles de tres estrellas del centro histórico de Trujillo para brindar un servicio de calidad. Tipo y diseño de la investigación a utilizar fue el deductivo – inductivo, población 18 empresas hoteleras de Trujillo, muestra 9 hoteles. Los instrumentos de recolección de datos utilizados fueron, encuestas, entrevistas. Resultados: Los diferentes huéspedes se sienten satisfechos con la atención brindada por el hotel, los colaboradores conocen sus diferentes funciones que se debe de ofrecer a los huéspedes considerando de esta manera el 69% bueno, en su desempeño laboral. Conclusión: Los colaboradores del establecimiento, presentan un perfil idóneo, teniendo la facilidad de resolver cualquier inconveniente que pueda ocurrir de forma inmediata. Donde estos aplican sus conocimientos obtenidos por las diferentes capacitaciones que se les brinda, haciendo esto brindar un servicio de calidad.

Vega (2014) en su tesis, “Caracterización de la calidad de servicio bajo el modelo HOTELQUAL en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro hoteles, campamentos y otros (hospedaje) en el distrito de Huaraz, 2014” tuvo como objetivo, describir las características de la calidad de servicio bajo el modelo HOTELQUAL en las (MYPE), del sector servicios - rubro hoteles y campamentos en el distrito de Huaraz, 2014, investigación es no experimental (transaccional o transversal). La población 1362 clientes; muestra de 300 clientes a través del muestreo aleatorio estratificado, técnica encuesta, instrumento un cuestionario dirigido a los clientes de los Hoteles, campamentos y otros en la ciudad de Huaraz, plan de análisis a realizar: Los datos fueron incorporados o ingresados a los programas especiales de cómputo como MS Word, MS Excel y el programa estadístico SPSS 20 para el procesamiento de datos, la presentación en tablas y gráficas y el análisis estadístico. Resultados: El 30% de los clientes mencionaron que no están de acuerdo respecto a los colaboradores si están debidamente capacitados para resolver cualquier problema que se les presente (ver gráfico 05).

Conclusiones: Los diferentes huéspedes observan un alto grado de carencia respecto a la calidad de los servicios que se están ofreciendo. Donde los clientes

consideran que no existe un interés por parte de los gerentes del hospedaje por mejorar la calidad en cuanto a la capacitación de personal, la infraestructura y organización de los servicios ofrecidos.

Albites (2015) en su tesis, “La calidad en los servicios de hospedaje tres estrellas en relación a la segmentación del mercado en Huaraz – Perú”, tuvo como objetivo, determinar la relación que existe entre los estándares básicos de la calidad de servicios de tres estrellas en Huaraz con la segmentación del mercado para el año 2014, tipo de investigación es descriptiva y correlacional, diseño es no experimental, población 118 personas mayores de edad, muestra 90 personas escogidas al azar escogidas entre los tres hoteles. Como instrumento, técnica cuantitativa de la encuesta. Resultados: Muestran que el personal del Hotel Arawi Pastoruri están mejor capacitado en servicios y logra establecer comunicación empática con el cliente. Se percibe mayor seguridad en el Hotel Andino y en cuanto a un mejor manejo de resolución de problemas, sobresale el Hotel Arawi Pastoruri. En los hoteles El Tumi y Arawi Pastoruri uno se siente en un ambiente de confianza en cuanto a los costos, apreciamos que los hoteles El Tumi son más accesibles que el de sus competidores.

Conclusiones: Existe una tendencia a la disminución de la calidad de servicios en los hoteles de tres estrellas de Huaraz, esto debido a que la demanda ha aumentado por la constante movilidad de personas que directamente están relacionadas con las empresas mineras, evidenciando la existencia de una nueva segmentación de mercado, que además se encuentra conforme con los servicios, siendo un público menos exigente.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.1. Gestión de calidad

Duran (1992) define que para conseguir la calidad primero se debe de incorporar el proceso de gestión que hace referencia a la organización planeación, ejecución y controlar las actividades. De esta manera se estará planificando el futuro de cualquier organización, donde a la vez se implantan

programas y se controlan los resultados en función a la calidad con vistas a su mejora permanente. Mediante la prestación de servicios con altos estándares de calidad, donde son medidos mediante indicadores de satisfacción. Cuando se utiliza la gestión de calidad, la gerencia es participe en la definición, análisis y garantía de los productos y/o servicios que ofrece la organización, interviniendo y haciendo que se realicen lo siguiente: a) establecer los diferentes objetivos y metas de calidad incorporando los intereses tanto de la organización como también de las diferentes necesidades de los clientes, b) lograr obtener los diferentes productos y/o servicios de acuerdo con los objetivos, donde se facilite los recursos necesarios para conseguirlo, c) evaluar y controlar hasta llegar a lograr alcanzar la calidad deseada, d) mejorar continuamente, convirtiendo el proceso de calidad en un proceso dinámico, donde esté en constante cambio de acuerdo a las exigencias del mercado. (p.5).

Zeithaml (2007) en su libro calidad total en la gestión de servicios, menciona que existe una relación entre la evaluación y control de calidad de bienes físicos con los principios y prácticas de control de calidad, no obstante, estos criterios no eran los adecuados para entender si el nivel de calidad del área de servicio es bueno. En ese sentido debemos de entender que existen diferencias entre lo tangible e intangible, determinando que tres factores marcan tal diferencia, primero refiere a la forma en que son producidos, segundo en que son consumidos y tercero como son evaluados. En términos generales, la calidad de los servicios se produce durante su entrega o prestación usualmente como fruto de interacción entre cliente y proveedor en vez de ser estructurada y controlada en la planta de producción, lo que permite que el producto obtenido se entregue sin alteraciones al consumidor. (pp.17, 18).

Camisón, Cruz, y González (2006) cuando hablamos de gestión de calidad se detalla un sistema que relaciona variables importantes para la mejora de la calidad. En ese sentido gestión de calidad cuenta con tres dimensiones: (a).

Los principios, que actúan como guías de la acción organizativa; (b). Las prácticas, son las tareas que se incorporan para ejecutar los principios y (c). Las técnicas, que efectivizan las prácticas. (p.211).

2.2.1.1. Ventajas de implantar la gestión de calidad

Duran (1992) hace referencia que los puntos fuertes de lo que estamos llamando gestión de calidad son: a) ayuda a perfeccionar permanentemente la productividad y la competitividad, b) realizar de forma adecuada las tareas, c) brindar a los clientes lo que desean y estén satisfechos con lo recibido, d) no implica realizar acciones innecesarias, e) todos los niveles y rangos de la organización deben de estar involucrados para el buen funcionamiento, f) debe de existir espíritu de equipo y el corporativismo, ya que es altamente motivante. (pp.11; 12).

2.2.1.2. Fundamentos de la gestión de calidad

Duran (1992) refiere que la gestión de calidad tiene como objetivo ser competitivos y mejorar continuamente para poder fidelizar a los diferentes clientes que hacen uso de los productos y/o servicios. A la vez de que pretende ayudar a satisfacer las diferentes necesidades de los clientes. Donde el área de recursos humanos es la unidad más importante, ya que es esta área es considerada como el capital humano para toda empresa. En donde se debe de trabajar en equipo. A la vez que la comunicación y la participación de los diferentes niveles son elementos impredecibles. Ya que esto implica establecer objetivos de mejora permanente y el seguimiento periódico de los resultados. (pp.5; 6).

2.2.1.3. Tipos de calidad en función a su origen

Duran (1992) hace referencia que la obtención de la calidad, se establecen en tres características, en función a su origen donde se enmarca los

diferentes pasos de la calidad.

Calidad realizada:

Se obtiene cuando una persona es responsable de un área determinada, donde ha sido capaz de realizar un trabajo, en donde se mide a través del grado de cumplimiento de las especificaciones establecidas.

Calidad programada:

Es la calidad que se ha pretendido alcanzar, en donde se delega a la persona y se le da la responsabilidad de elaborar la tarea, que se le ha encargado adquirir.

La calidad necesaria:

Es la calidad que los diferentes clientes exigen con mayor o menor grado de aglomeración donde se ve reflejado lo que a ellos les gustaría recibir.

En conclusión, podemos decir que la gestión de calidad pretende conseguir que estos tres tipos de calidad sean concéntricos y que coincidan entre sí, para el buen funcionamiento de la empresa que lo aplique y ponga en marcha. (pp.6; 7).

2.2.2. Modelo HOTELQUAL

Fernández (2013) el modelo SERVQUAL se dirige a todas las empresas turísticas, por lo que surge el modelo HOTELQUAL, como herramienta para la medición de la satisfacción del cliente pero aplicado a los servicios de alojamiento. Su dinámica prácticamente es similar al SERVQUAL. La puntuación de ambos modelos se calcula mediante la diferencia de la puntuación de la percepción y la puntuación de la expectativa, de tal forma, que si el resultado es cero (percepción = expectativa) estaríamos ante un

cliente satisfecho y la calidad es buena, si es negativo (percepción < expectativa), el cliente estaría insatisfecho y por tanto la calidad sería mala, y si el resultado es positivo (percepción > expectativa) el cliente estaría muy satisfecho y al superar lo que esperaba podría estar fidelizado. (p.79)

Sierra, Falces, Briñol, y Becerra (2008) refieren que el modelo HOTELQUAL se utiliza para medir la calidad apreciada en los servicios de hospedaje.

El modelo HOTELQUAL parte de los ítems que cuenta el modelo SERVQUAL, los cuales están considerados en una escala que se dirige a diferentes sectores. Por tal motivo para hacer uso de los mismos, es necesario verificar e identificar las dimensiones más importantes para cada sector.

Altozano (2013) hace referencia que el modelo HOTELQUAL, permite medir el valor que le da cada cliente sobre los distintos servicios que brindan los hoteles, donde se adquiere conocimiento si se ha cumplido con las expectativas o no, de esta manera la información que se adquiere será de mucha importancia para la organización, donde estos resultados se usarán para el plan de mejora de la empresa.

Suárez (2017) precisa que el modelo HOTELQUAL, trabaja en base a los servicios de alojamiento para evaluarlos en referencia a la calidad que estos generan. De esta manera se usa criterios establecidos que van cambiando acorde al establecimiento. se encarga de evaluar la calidad percibida en los servicios de alojamiento.

2.2.2.1. Características del modelo HOTELQUAL

Suárez (2017) menciona que el modelo HOTELQUAL está compuesta por tres dimensiones:

Evaluación del personal. Los clientes evalúan el grado en el que los colaboradores están dispuestos a ayudarlos, disponibilidad, confianza y la discreción transmitida por parte del personal hacia las necesidades del cliente.

Evaluación de instalaciones. Los clientes evalúan, el estado de las instalaciones, confortabilidad y la seguridad del establecimiento donde refleje un ambiente seguro para los ellos, para que así los clientes se animen hacer uso de las instalaciones del hotel.

Organización. Los clientes evalúan la organización del personal, gestión de los datos, la rapidez, el orden a la hora de realizar un servicio, si los colaboradores responden oportunamente a las labores asignadas, si el personal que labora puede solucionar problemas sin la ayuda de su jefe inmediato.

En relación a los conceptos presentados anteriormente, para profundizar el modelo HOTELQUAL, Sierra et al. (2008), mencionan que, para el sector de los servicios de alojamiento se encontraron tres dimensiones fundamentales: Personal, Instalaciones y Organización. Estas dimensiones constituyen la base de la escala HOTELQUAL. Donde la calidad es definida en términos similares al SERVQUAL, es decir, discrepancia entre expectativas y rendimiento.

Estas dimensiones suponen los principios y se acompañan de una encuesta denominada SERVQUAL, formada por 20 items, que ayudan al consumidor a elaborar su opinión.

El estudio se basó en conformar una escala que permita medir la percepción de los clientes de alojamientos en referencia a la calidad. Primero se estudió la revisión de la literatura en base al modelo SERVQUAL. Logrando generar un conjunto de preguntas adaptables a los servicios de hoteles. Segundo se realizaron las preguntas a una muestra significativa de clientes

para luego validarse la escala de medida.

Tabla 1: Modelo HOTELQUAL

| EXPECTATIVAS | | RENDIMIENTO |
|---------------------|--|---|
| 1 | Los muebles y equipos del establecimiento (ascensor, recepción, habitaciones, lobby, etc.) donde deben de permanecer bien conservados para el uso de los clientes. | Los muebles y equipos del edificio (ascensor, recepción, habitaciones, lobby, etc.) donde deben de permanecer bien conservados para el uso de los clientes. |
| 2 | Los diferentes muebles y equipos del edificio deben reflejar comodidad para los clientes y así poder animarse hacer uso de ellas. | Los diferentes muebles y equipos del edificio deben reflejar comodidad para los clientes y así poder animarse hacer uso de ellas. |
| 3 | Todo el personal que labora debe estar siempre bien presentable, aseado y limpio. | Todo el personal que labora debe estar siempre bien presentable, aseado y limpio. |
| 4 | Las diferentes instalaciones del establecimiento siempre deben permanecer limpias para el buen uso de ellas. | Las instalaciones siempre deben de estar limpias. |

Fuente: Revista de estudio Turísticos, Hotelqual: Una escala para medir calidad percibida en servicios de alojamiento. Sierra, B., Falces, C., Briñol, P., Becerra, A. (2008)

Al estudiar los dos modelos teóricos diferentes, se determinó que el modelo HOTELQUAL y sus tres dimensiones, se utiliza para medir la calidad percibida por parte de los clientes, en los servicios de alojamiento, evaluando así las dimensiones y atributos.

Tabla 2: Dimensiones y Atributos de la calidad de servicio del modelo HOTELQUAL:

| DIMENSIONES | ATRIBUTOS |
|----------------------|--|
| Personal | Todo el personal que labora debe estar siempre bien presentable, aseado y limpio. |
| Personal | Todo el personal que labora debe de tener disponibilidad a prestar ayuda a los huéspedes. |
| Personal | Todo el personal debe de tener disponibilidad para brindar información correcta al huésped. |
| Personal | El personal que labora debe ser de confianza, y a la vez se debe de confiar en ellos. |
| Personal | El personal que labora siempre debe de ser competente y profesional en el área donde se está desempeñando. |
| Personal | El personal debe de esforzarse para tener idea de las diferentes necesidades de cada cliente. |
| Personal | Los colaboradores que laboran siempre deben de preocuparse por solucionar las inquietudes de los huéspedes. |
| Instalaciones | Los muebles y equipos del establecimiento (recepción, habitaciones, salas, etc.) deben estar bien conservados para el uso de los clientes. |
| Instalaciones | Los diferentes muebles y equipos del edificio deben reflejar comodidad para |

| | |
|----------------------|---|
| | los clientes y así poder animarse hacer uso de ellas. |
| Instalaciones | Todas las instalaciones del establecimiento deben de permanecer siempre limpias. |
| Instalaciones | Las instalaciones del establecimiento siempre deben de permanecer cómodas y placenteras. |
| Instalaciones | La información que solicite el huésped, tiene que ser eficaz. |
| Instalaciones | Todas las instalaciones del establecimiento deben de ser siempre seguras (cumplir las normas de seguridad), para que así los clientes se animen hacer uso de ellas. |
| Organización | Todo servicio que preste debe de estar siempre incluidas según las condiciones contratadas. |
| Organización | Todo problema o inquietud que tengan los clientes del establecimiento se debe de solucionar de manera rápida. |
| Organización | La información que nos brindan los huéspedes conviene de ser atentos. |
| Organización | Los ambientes deben funcionar con rapidez. |
| Organización | En la empresa debe de haber un responsable a práctica del huésped para solucionar los problemas que pueda surgir en el proceso de estadía. |
| Organización | Todo el proceso de la estadía del huésped se debe de dar con discreción y respetar la intimidad. |

| | |
|---------------------|---|
| Organización | El cliente debe ser lo más importante para la organización. |
|---------------------|---|

Fuente: Revista de estudio Turísticos, Hotelqual: Una escala para medir calidad percibida en servicios de alojamiento. Sierra, B., Falces, C., Briñol, P., Becerra, A. (2008)

2.2.2.2. Dimensiones del modelo HOTELQUAL:

Personal

Chiavenato (2007) Son aquellas personas que aportan a la organización sus habilidades, conocimientos, actitudes, conducta, percepciones, etc. Ya sean directores, gerentes, empleados, obreros o técnicos, las personas desempeñan papeles muy distintos donde son considerados como los principales activos y uno de los factores primordiales determinantes en el desarrollo y éxito de una organización en marcha. (p. 94)

Instalaciones

Martínez (2004) siempre que se hable de instalación se está haciendo referencia a elementos artificiales y no naturales, creados y dispuestos de tal manera por el hombre, donde se analiza el estado de los mobiliarios, iluminación, energía eléctrica, cortinas, pisos, paredes, difusores de aire acondicionado, etc. Que cumple un objetivo en específico. (p.115).

Organización

Gallego (2012) es a aquel sistema diseñado para lograr alcanzar favorablemente los diferentes objetivos o metas trazadas, a la vez que estos sistemas están conformados por otros subsistemas relacionados donde cumplen funciones determinadas. Cuando nos referimos a organización, hablamos de un sistema social permanente que trata de alcanzar determinados objetivos, con la colaboración coordinada de sus miembros conjuntamente con un clima que favorezca la mejor eficacia y eficiencia de

todos. La organización requiere cuando tratamos de realizar actividades que impliquen el desarrollo de las mismas. Una condición necesaria en cualquier actividad en la que resulta ser una cuestión ampliamente requerida en el desarrollo de diversas actividades, y a la vez en lo que respecta a nuestra vida cotidiana. La organización involucra orden para poder llegar a los objetivos que se han trazado. En conclusión, una organización es un grupo de personas asociadas, con una serie de tareas, administración, planeación, dirección y control; donde estos interactúan en el marco de una organización sistemática con el objetivo de cumplir objetivos trazados. (P.65)

2.2.2.3. Objetivos del modelo HOTELQUAL

Altozano (2013) hace referencia que el objetivo del modelo HOTELQUAL, consciente en la importancia de la percepción de los consumidores para un establecimiento donde se propone alcanzar mediante la utilización del sistema de control de calidad de servicio implementado en el modelo HOTELQUAL, los siguientes beneficios: a) perfeccionamiento de los costos de producción, b) mejora la ocupación, c) Fidelización de los diferentes consumidores.

2.2.2.4. Beneficios del modelo HOTELQUAL

Altozano (2013) hace referencia que las necesidades de la empresa es tener conocimiento de la satisfacción de los diferentes clientes, para que así podamos usar la información recaudada como instrumento de gestión mediante el modelo HOTELQUAL, en donde se elabora un índice de deleite del cliente encajable con el resto del sistema de gestión de la empresa, donde se llegara a obtener los siguientes beneficios: a) la calidad percibida es la mejor comercialización de ser transmitida boca a boca por los clientes, b) perfecciona el procedimiento de elaboración.

2.2.3. Micro y Pequeñas Empresas

Sunat (2017) define que las (MYPES) son una fuente económica instituida por una persona natural o jurídica, que tiene como objeto desarrollar diferentes actividades ya sea como extracción, producción, transformación y/o comercialización de bienes o prestación de servicios. Teniendo siempre en cuenta que las (MYPES), se inscriben en un registro que se denomina REMYPE.

2.2.3.1. Características de la Micro y Pequeña Empresa

Según la nueva ley N° 30056 - 2013. Categorías de empresas: Para calificar como micro, pequeña o mediana empresa (MIPYME) se deberá tener en cuenta lo siguiente:

| | |
|-----------------|-----------------------------------|
| | Ventas Anuales |
| | Hasta 150 UIT |
| Pequeña empresa | Mayor a 150 UIT – Hasta 1700 UIT |
| Mediana empresa | Mayor a 1700 UIT – Hasta 2300 UIT |

Desde esta nueva ley se tendrá en cuenta que el número de trabajadores ya no es una variable a considerar para calificar dentro de una de las categorías.

2.2.3.2. Factores que limitan el crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas en el Perú

Avolio (2011) hace referencia que existen pocos estudios que hablen sobre el crecimiento de las MYPES, y de los diversos factores que intervienen en su crecimiento. La mayor parte de los estudios ya realizados se centran básicamente en la contribución de las grandes empresas consolidadas. En el cual se estudian cuatro factores que influyen en el desempeño de los empresarios de las microempresas: a) el desarrollo y perfeccionamiento de

las (MYPES), b) la motivación por el desarrollo, c) las diferentes destrezas gerenciales para lograr el crecimiento tan ansiado, d) el acceso a los recursos económicos y humanos y a la vez la demanda del mercado. Se busca evaluar el nivel de emprendimiento de los diferentes países y descubrir los componentes que lo conforman, donde se da a conocer que el desarrollo económico de los países se toma en cuenta dos mecanismos paralelos para determinar el crecimiento económico, esto no impide la participación de grandes y pequeñas empresas, así como negocios nuevos y consolidados a). Conforman el primer mecanismo las empresas multinacionales además de generar oportunidades laborales y aumentar la compra de bienes y servicios, son considerados como primera alternativa para la MYPE. Como segunda alternativa tenemos el emprendimiento generado por empresarios que requieren de ciertas condiciones para su buen desarrollo. En ese sentido estas dos alternativas al trabajar simultáneamente logran generar efectos en el crecimiento económico (pp.71-72).

Avolio (2011) analiza el desarrollo de las MYPES, categorizando los diferentes problemas de las pequeñas empresas en administrativos, operativos, estratégicos y externos, a) problemas administrativos estos se centran en la estructura organizacional y en las diferentes fuentes para poder obtener los recursos necesarios, donde se incluyen temas relacionados con los colaboradores, finanzas y la gerencia del negocio, b) problemas operativos se reparte los recursos de una manera eficiente, y son más comunes en las áreas funcionales de una empresa, c) problemas estratégicos habilidad de los pequeños empresarios para ajustar sus productos y/o servicios a la demanda externa (p.72).

2.2.4. Sector Servicios

Denton (1991) define como servicio a un conjunto de aspectos y características de un producto y/o servicio que guardan relación con capacidad para satisfacer las diferentes necesidades expresadas o latentes de los clientes (p.105).

2.2.5. Rubro Hoteles de tres estrellas

Urenda (2012) en su libro define el término hotel como un lugar que proporciona hospedaje, alimentación y entretenimiento para el viajero. Además de todo ello algunos establecimientos brindan: Espacios sociales, piscina, restaurante, bar, centro nocturno, casino, agencia de viaje, salón de belleza, tiendas especializadas, asesorías de deportes, casa de cambio, servicio postal, entre otros.

De esta manera, se puede entender o comprender que la definición de hotel es extensa, y las diferentes características dependerán de variables como: la ubicación, el tamaño, el segmento, la marca y entre otros. (p. 21).

2.2.5.1. Clasificación según estrellas

La clasificación no es igual en todos los países por que no aplican los mismos criterios. Por eso se puede apreciar que una misma categoría, puede tener diferentes características en función al país donde nos encontramos.

Hoteles de 1 estrella

Gonzales (2003) los hoteles de una (1) estrella, son siempre las más económicas en donde los servicios que se brindan son menos. (Habitación, con baño privado y otras con baño compartido). (p.22).

Hoteles de 2 estrellas

Gonzales (2003) estos hoteles de dos (2) estrellas casi siempre se encuentran en el centro de la ciudad. En donde la vista que ofrecen estos hoteles no es atractivo. Donde se ofrecen habitaciones con baño privado y un espacio más amplio con algún mobiliario extra, como mesa, ropero y sillas, servicio de alimentos y bebidas, en horarios cortados y con menús básicos. (p.22).

Hoteles de 3 estrellas

Ureña (2008) los hoteles de tres (3) estrellas deben de ser siempre de lujo, dentro de las promociones del hotel se debe de ofrecer menús (1 plato diferente por día) diarios al cliente, debe haber ventilación. Este tipo de establecimientos deben de contar en sus instalaciones con salones de eventos, 1 restaurante como mínimo, un lobby amplio promoviendo y reflejando la comodidad de los diferentes huéspedes, bar y un salón de belleza. (p.88).

Hoteles de 4 estrellas

Ureña (2008) hace referencia que los hoteles de cuatro (4) estrellas son un poco más avanzados como, servicio a la habitación, contar como mínimo con 2 restaurantes, bares, ofreciendo también con música ambiental al gusto del cliente y así mismo teniendo en cuenta la comodidad del huésped. (p.88).

Hoteles de 5 estrellas

Gonzales (2003) los hoteles de 5 estrellas debe de contar con servicio a la habitación 24 horas del día, la infraestructura y la fachada del hotel es de vital importancia donde se toma en cuenta la primera impresión del cliente, así mismo debe de contar con ascensor para la facilidad del traslado del cliente, cochera ubicándose en el mismo establecimiento o a pocos metros del hotel, música ambiental al gusto del cliente sintiendo la comodidad de ellos, como ya es más avanzado el establecimiento este ya cuenta con un sauna, y el restaurante contando con la mejor gastronomía de la ciudad. (p.23).

2.2.5.2. Clasificación según su tipo

Resort

Mincetur (2014) hace referencia que los establecimientos de hospedaje resort se encuentran en zonas vacacionales de áreas libres alrededor del mismo donde se consideran establecimientos de verano que este cerca de playas, ríos y otros de entorno natural. Los Resorts pueden ser categorizados de 3 a 5 estrellas.

Albergue

Urenda (2012) define que estos hoteles están encaminados a todo aquel público que busca relajamiento y diversión, orientado principalmente a viajeros jóvenes; localizado en centros vacacionales de excursionismo (p.23).

Apart hotel

Mincetur (2014) sostiene que este servicio está conformado por departamentos, donde los bienes muebles, acabados, equipos y la calidad de los servicios del Apart hotel deben guardar relación con su categoría. Estos establecimientos están categorizados de 3 a 5 estrellas.

Motel

Urenda (2012) sostiene que este tipo de hotel se localiza principalmente a lo largo de las carreteras y en la entrada de autopistas con las ciudades. Tienen una construcción horizontal en el área que ocupa. Proporcionan habitación, baño y área de estacionamiento; las habitaciones tienen por lo general entrada directa desde el estacionamiento. (pp.23, 24).

Bed and breakfast (B&B)

Mincetur (2004) hace referencia que este tipo de establecimiento brinda servicio de cama y desayuno a precios moderados y accesibles donde se presta una atención personalizada tomando en cuenta cada detalle pensado para el confort del cliente.

Ecolodge

Mincetur (2004) justifica que este establecimiento está ubicado en zonas verdes y naturales para realizar las diferentes actividades al aire libre. Donde este debe cumplir con una serie de diferentes requisitos para el Ecoturismo, ya que esto se da con el fin de disfrutar y apreciar los atractivos naturales de un determinado país. El interés y principal preocupación es de no dañar al medio ambiente, y en su placa lleva una “E” indicando que es un ecolodge.

2.2.5.3. Áreas principales de un hotel

Departamento de reservaciones

Pereyra (2006) menciona que este departamento se encarga de administrar y controlar los inventarios del día de las diferentes habitaciones y a la vez de procesar todas sus reservas en el sistema del hotel. Donde este se encuentra situado dentro de la división de cuartos. (p.34).

Departamento de recepción

Pereyra (2006) también conocida como “cara del hotel”, área que se encarga de recepcionar a los clientes, donde se le brinda información del hotel y a la vez atendiendo las necesidades desde el momento de su llegada hasta la salida del hotel. (p.113).

Departamento de personal uniformado

Pereyra (2006) hace referencia que este departamento se le conoce como conserjería o botones, se encarga del traslado de equipaje de los huéspedes y también de localizarlos en caso de que no se encuentren en sus habitaciones, brinda información a los huéspedes sobre los diversos servicios que se ofrecen en el hotel, mantener la limpieza en las áreas de lobby y la zona de la entrada, ya que es de mucha importancia que las diferentes áreas siempre permanezcan limpias, reflejando y mostrando una imagen positiva con cortesía y amabilidad. (p. 26).

Departamento de teléfonos

Casillas (2009) se encuentra ubicado en el área de división de cuartos y está dirigido por un jefe de teléfonos especialista. Donde la comunicación dentro del hotel se realiza en recibir y realizar las llamadas. (pp.102; 125).

Departamento de ama de llaves

Casillas (2009) menciona que este departamento se encarga principalmente de la limpieza de las diferentes áreas del hotel, como las habitaciones, el lobby, recepción, mantener limpio los uniformes, inspecciones a las habitaciones del hotel para que todo marche bien. Donde se debería de brindar un servicio de calidad. (pp.102; 125).

Departamento de lavandería

España (2012) menciona que este departamento se encarga de brindar el servicio de lavado y planchado de la ropa de los diferentes huéspedes y colaboradores del hotel, a la vez que tiene bajo su responsabilidad el lavado de la mantelería del restaurante. (p.14).

2.2.5.4. Estructura de un Hotel

Mincetur (2014) menciona que la estructura del hotel permite su organización formal, donde se establecen las funciones y responsabilidades desde el nivel gerencial hasta los más operativos. Asimismo, determina las interrelaciones de las unidades o áreas para alcanzar los objetivos deseados.

Administración

Mincetur (2014) menciona que este cargo suele ser desempeñado por gerentes y en muchos casos por propietarios del establecimiento, quienes asumen diversas funciones, principalmente aquellas que le permiten tener un control de su patrimonio.

Área de Reservas y Recepción

Mincetur (2014) hace referencia que las reservas de habitaciones del establecimiento se organizan y se supervisa las actividades de recepción y comunicación del hotel, donde este es recepcionado por un personal idóneo para el cargo que es considerado como recepcionista.

Área de Housekeeping

Mincetur (2014) refiere que esta área está encargada de la limpieza e higiene de las instalaciones del hospedaje y atención al huésped.

Área de Alimentos & Bebidas

Mincetur (2014) refiere que esta área se encarga de la gestión y organización de las compras, el inventario de insumos, la preparación de alimentos y el servicio para el desayuno.

Área de Soporte

Mincetur (2014) menciona que esta area es responsable del mantenimiento preventivo de todas las máquinas, equipos e infraestructura del establecimiento, asimismo brindar las facilidades para las inspecciones.

2.3. Marco conceptual de la investigación

Capital humano

Es la suma de talentos y competencias que tienen las personas. Su aprovechamiento necesita de una correcta estructura organizacional, acompañado de una cultura democrática y motivadora. Chiavenato (2007) (p.37).

Gestión de calidad

Cuando hablamos de Gestión de Calidad se detalla un sistema que relaciona variables importantes para la mejora de la calidad. En ese sentido Gestión de Calidad cuenta con tres dimensiones: (a). Los principios, que actúan como guías de la acción organizativa; (b). Las prácticas, son las tareas que se incorporan para ejecutar los principios y (c). Las técnicas, que efectivizan las prácticas. Camisón et al. (2006) (p.211).

HOTELQUAL

Es una herramienta para la medición de la satisfacción del cliente pero aplicado a los servicios de alojamiento. Fernández (2013) (p.79).

Lobby

También conocido como el vestíbulo del hotel, es un área del hotel donde normalmente las personas en total comodidad esperan por cortesía del establecimiento ser atendidos. Este espacio obligatoriamente se encuentra ubicado contiguo a la entrada del hotel. Mazón (2013) (P.17).

Micro y Pequeña Empresa

Las (MYPES) son una fuente económica instituida por una persona natural o jurídica, que tiene como objeto desarrollar diferentes actividades ya sea como extracción, producción, transformación y/o comercialización de bienes o prestación de servicios. Teniendo siempre en cuenta que las (MYPES), se inscriben en un registro que se denomina REMYPE. Sunat (2017).

Prospectiva:

Es la manera de anticiparse a eventos que puedan suscitarse en el futuro, actividades de investigación, empresariales y otras de ámbito exploratorio, respecto a un tema o actividad donde se trata de buscar alguna solución próxima. Ala vez se considera un elementó clave de un estilo de planeación más acorde con las circunstancias actuales, la actitud de la mente hacia la problemática del porvenir. Tello (2007) (pp 55-56).

REMYPE:

Es un registro sistematico de inscripción en la web, dirigido a las micro y pequeñas empresas (MYPES), que cumplan ciertas condiciones como micro empresa y pequeñas empresas. El mencionado registro les permite acceder a los beneficios que les otorga la Ley MYPE. Propia (2016).

SERVQUAL:

Determinaron que SERVQUAL trata de la evaluación que pueden emitir los clientes respecto a la calidad de servicio de una empresa, comparando su percepción del servicio con sus expectativas Valarie Zeithaml (como se citó en Lovelock y Wirtz 2009) (p.420).

Fidelización:

Es la característica de una estrategia de marketing concebida y llevada a la práctica, con el fin de hacer que los consumidores sean leales al producto, al servicio, a la marca y al punto de ventas, con el objetivo de mejorar la rentabilidad de la organización Silvestre (2013) (P.23).

III. Metodología

3.1. Diseño de la investigación

Fue de tipo descriptivo donde se describió las diferentes especialidades referentes a la gestión de calidad que se empleó en el Distrito de Huaraz en el año 2016. Donde se desarrolló de manera cuantitativa y se efectuó la recaudación de los diferentes testimonios fundamentados en la disposición de las variables y nociones, en donde fueron representados a través de cifras que son analizadas mediante metodologías estadísticas. El diseño la presente investigación es no experimental (transeccional o transversal), en la que se recolecto los testimonios en un determinado y único momento. Habiendo el propósito de describir la variable de estudio. Fue de prototipo descriptivo donde se describió las diferentes especialidades referentes a la gestión de calidad que se empleó en el Distrito de Huaraz en el año 2016. La presente investigación se desarrolló de manera cuantitativa, donde se efectuó la recaudación de los diferentes testimonios fundamentados en la disposición de las variables y nociones, en donde se representó a través de cifras que son analizadas través de metodologías estadísticas.

3.2. Población y muestra

Población 5 hoteles que tenían la denominación de hoteles de tres estrellas, a los cuales se les consultó sobre la cantidad de clientes en el periodo de un mes, acto seguido se totalizó las cantidades proporcionadas por los establecimientos determinando una muestra de 368 clientes; a través del muestreo aleatorio estratificado. (Fuente: SUNAT de Huaraz /mesa de partes - 2014), se anexa la relación de los de hoteles.

Fórmula:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Clientes por cada MYPE.

| N° | Nombre Comercial | N° de clientes |
|---------------------------|---------------------|----------------|
| 01 | EL TUMI | 73 |
| 02 | HOTELLA JOYA | 74 |
| 03 | GALAXIA | 75 |
| 04 | HOTEL ALPAMAYO | 73 |
| 05 | HOTEL SANTA CRUZ | 73 |
| TOTAL, DE CLIENTES | | 368 |

Según fuente: (SUNAT de Huaraz /mesa de partes - 2014) se encontraron registrados 5 hoteles de tres estrellas en el Distrito de Huaraz. Donde por cada MYPE o establecimiento se encontraron de 73 a 75 clientes. Donde se procedió a sumar los clientes de cada MYPE, haciendo un total de 368 personas. Donde se procedió a encuestar a los 368 clientes de los hoteles de tres estrellas del Distrito de Huaraz.

3.3. Definición y operacionalización de variables

| Variable primordial | Definición conceptual | Dimensión | Definición operacional | Indicador | Escala de medición | | |
|---------------------------|--|----------------------|--|---|--------------------|--|-------------------------|
| Gestión de calidad | Duran (1992), menciona que es un instrumento que le accede a una empresa planear, ejecutar y controlar las diferentes actividades para el desarrollo, los cuales son medidos a través de los indicadores de satisfacción | Personal | Personas que laboran en una empresa | Personal competente y profesional | Likert | | |
| | | | | Personal Confiable | | | |
| | | | | Personal limpio y aseado | | | |
| | | Instalaciones | Es una determinada estructura en la que hace referencia a elementos artificiales y no naturales, creados y dispuestos por el hombre. Que puede variar en tamaño y que es colocada de una manera personal para así cumplir un determinado objetivo en específico. | Equipamiento conservado | | | |
| | | | | Instalaciones confortables y acogedoras | | | |
| | | | | Seguros y limpios | | | |
| | | | | Organización | | Grupo de personas reglamentadas por un conjunto de reglas de una terminada | Discreción |
| | | | | | | | Resolución de problemas |
| | | | | | | | Rapidez |

| | | | | | |
|----------------------------------|---|------------------|---|----------------------|---------------------------|
| | | | organización en función de determinados fines para así poder cumplir sus metas y objetivos. | | |
| Variables complementarias | Definición conceptual | Dimensión | Definición operacional | indicador | Escala de medición |
| Opinión de los clientes. | Son algunas opiniones los diferentes clientes de los hoteles. | | | Sexo | Nominal |
| | | | | Edad | Ordinal |
| | | | | Grado de instrucción | Nominal |

3.4. Técnicas e instrumentos

Se utilizó la técnica de la encuesta, instrumento un cuestionario dirigido a los clientes de los diferentes hoteles de tres estrellas del Distrito de Huaraz. El nivel de gestión de calidad esperado y percibido se midió sobre la base de 9 indicadores de los hoteles los cuales fueron adaptados del cuestionario HOTELQUAL de Sierra et al. (2008). En la cual tiene siete alternativas de respuesta (escala de Likert): Total desacuerdo (1) En desacuerdo (2) Escasamente en desacuerdo (3) Indiferente (4) Escasamente de acuerdo (5) De acuerdo (6) Total de acuerdo (7). En la cual se usó un cuestionario que fue valido por tres docentes expertos de la Escuela de Administración (2016 - I).

3.5. Plan de análisis

Para el presente estudio de investigación los diferentes datos fueron recolectados a través de la aplicación las técnicas e instrumentos, en la cual se recurrió a los informantes cuyos datos fueron ingresados a los programas especiales de computo como, MS Excel y el programa estadístico SPSS 20, para los diferentes procesamientos de datos, en la cual se presentó en tablas, gráficas y el análisis estadístico de cada pregunta obtenida.

3.6. Matriz de consistencia

Título: “Caracterización de la gestión de calidad bajo el modelo HOTELQUAL en las micro y pequeñas empresas del sector servicios del rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, 2016”

| Problema | Objetivos | Variable | Población y Muestra | Metodología y diseño de la investigación | Instrumento y procesamiento |
|--|---|-----------------------------|--|---|---|
| <p>General: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el modelo HOTELQUAL en las micro y pequeñas empresas del sector servicios del rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, 2016?</p> | <p>General: ¿Describir las principales características de la gestión de calidad bajo el modelo HOTELQUAL en las micro y pequeñas empresas del sector servicios del rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, 2016?</p> <p>Específicos: · ¿Determinar las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios del rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, 2016? · ¿Identificar las principales características del modelo HOTELQUAL en las micro y pequeñas empresas del sector servicios del rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, 2016?</p> | <p>Modelo HOTELQUAL</p> | <p>Población: La población en estudio consta de un total de 5 hoteles con denominación de tres estrellas del Distrito de Huaraz.</p> <p>Muestra: 368 clientes de los hoteles de tres estrellas del Distrito de Huaraz.</p> | <p>Tipo y Nivel: Es cuantitativo descriptivo, donde se buscó describir la gestión de calidad del servicio en las MYPES del sector servicios-rubro hoteles de tres estrellas en el distrito de Huaraz.</p> <p>Diseño: No experimental (transeccional o transversal), porque se recogieron los datos en un solo tiempo único.</p> | <p>Técnica: -Encuesta</p> <p>Instrumento: -Cuestionario</p> |

3.7. Principios éticos

El presente estudio de investigación hizo constancia a los diferentes principios éticos de confiabilidad, respeto a la propiedad intelectual, como también acatamiento a la decencia del hombre. De esta manera se da la razón que toda la información manejada en el estudio de investigación ha sido utilizada para fines académicos únicamente.

IV. Resultados

4.1. Resultados

Resultados respecto a la encuesta aplicada a los clientes.

Datos generales de los clientes encuestados.

Tabla 1. Distribución según edad de los clientes de las MYPES.

| | Frecuencia | Frecuencia relativa porcentual | Frecuencia relativa acumulado |
|--------------|------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| 30 a 35 años | 21 | 5,7 | 5,7 |
| 35 a 40 años | 136 | 37,0 | 42,7 |
| 40 a 45 años | 151 | 41,0 | 83,7 |
| 45 a 50 años | 60 | 16,3 | 100,0 |
| Total | 368 | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES del rubro Hoteles de tres estrellas Huaraz 2016.

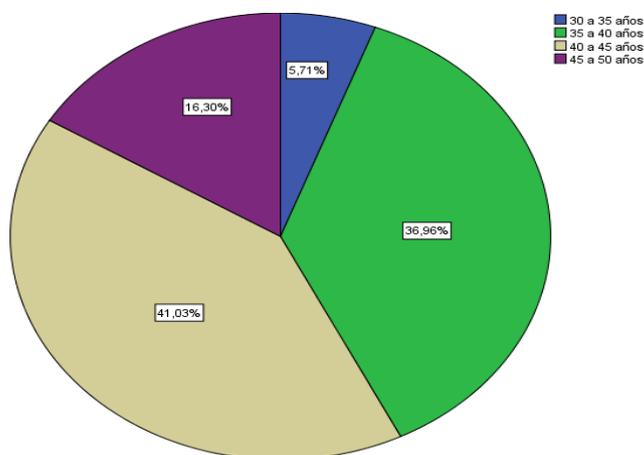


Figura 1. Distribución según edad de los clientes de las MYPES.

Fuente: Tabla 1

Interpretación: De los consumidores a los cuales realizamos la encuesta, el 41,03% manifestaron tener 40 a 45 años, seguido por un 36,96% manifestaron tener de 35 a 40 años de edad, continuado por un 16,30% manifestaron poseer de 45 a 50 años de edad, y el 5,71% manifestaron poseer de 30 a 35 años de edad.

Tabla 2. Distribución según género de los clientes de las MYPES.

| | Frecuencia | Frecuencia relativa porcentual | Frecuencia relativa acumulado |
|-----------|------------|--------------------------------|-------------------------------|
| Masculino | 187 | 50,8 | 50,8 |
| Femenino | 181 | 49,2 | 100,0 |
| Total | 368 | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES del rubro Hoteles de tres estrellas Huaraz 2016.

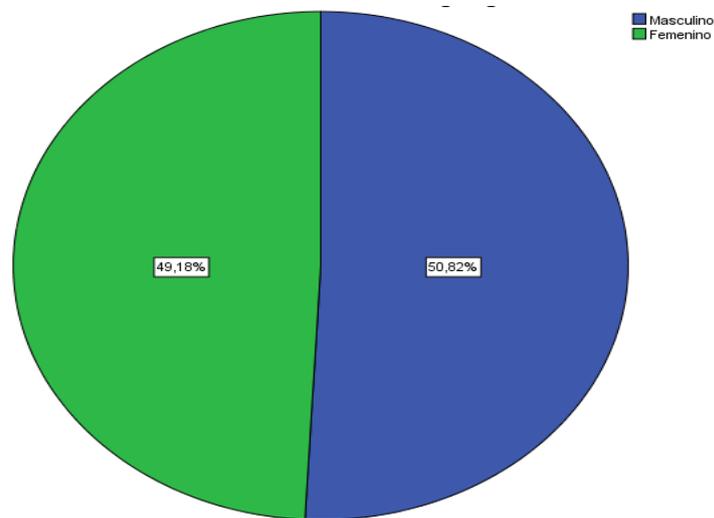


Figura 2. Distribución según género de los clientes de las MYPES.

Fuente: Tabla 2

Interpretación: De los consumidores a los cuales realizamos la encuesta, el 50,82% son de género masculino, y el 49,18% es de género femenino.

Tabla 3. Distribución según grado de instrucción de los clientes de las MYPES.

| | Frecuencia | Frecuencia relativa porcentual | Frecuencia relativa acumulado |
|--|------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| Primaria (completa) (incompleta) | 1 | ,3 | ,3 |
| Secundaria (completa) (incompleta) | 20 | 5,4 | 5,7 |
| Sup. No univ. (completa) (incompleta) | 108 | 29,3 | 35,1 |
| Sup. Univ. (completa) (incompleta) | 239 | 64,9 | 100,0 |
| Total | 368 | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES del rubro Hoteles de tres estrellas Huaraz 2016.

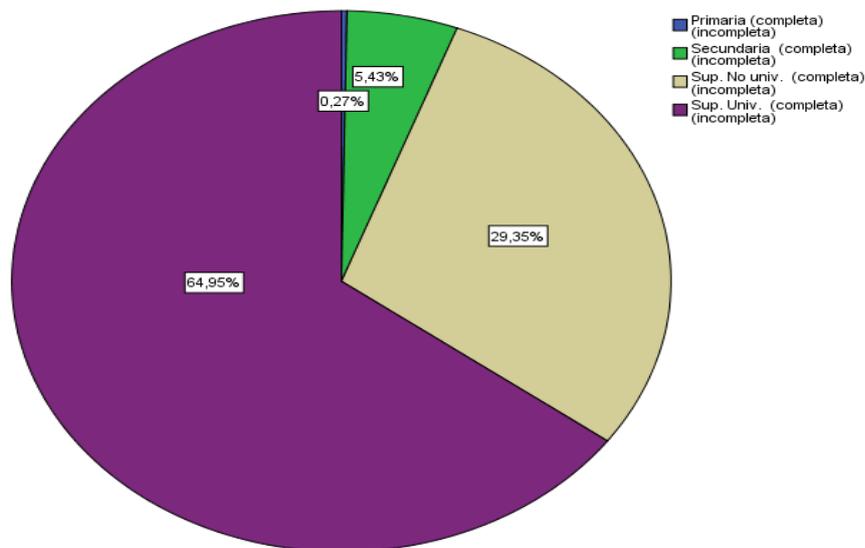


Figura 3. Distribución según grado de instrucción de los clientes de las MYPES.

Fuente: Tabla 3

Interpretación: De los consumidores a los cuales realizamos la encuesta, el 64,95% tienen el grado de instrucción Sup. Univ. (Completa) (Incompleta), seguido por un 29,35% de Sup. No Univ. (Completa) (Incompleta), seguido por un 5,43% de Secundaria (Completa) (Incompleta), seguido por un 0,27% de Primaria (Completa) (Incompleta).

Resultados respecto a la gestión de calidad bajo el modelo HOTELQUAL

Tabla 4. Distribución según el personal competente y profesional con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES.

| | Frecuencia | Frecuencia relativa porcentual | Frecuencia relativa acumulado |
|------------------------------|------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| Total, desacuerdo | 4 | 1,1 | 1,1 |
| En desacuerdo | 69 | 18,8 | 19,8 |
| Escasamente en desacuerdo | 139 | 37,8 | 57,6 |
| Indiferente | 95 | 25,8 | 83,4 |
| Escasamente de acuerdo | 49 | 13,3 | 96,7 |
| De acuerdo | 10 | 2,7 | 99,5 |
| Total, de acuerdo | 2 | ,5 | 100,0 |
| Total | 368 | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES del rubro Hoteles de tres estrellas Huaraz 2016.

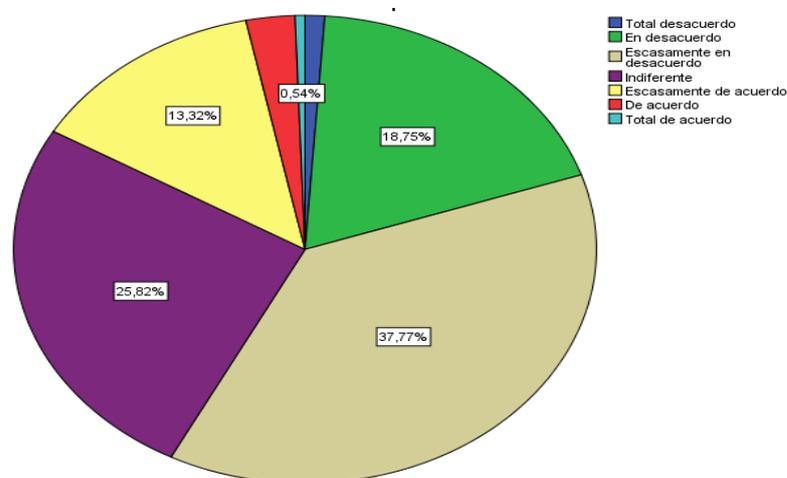


Figura 4. Distribución según el personal competente y profesional con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES.

Fuente: Tabla 4

Interpretación: De los consumidores a los cuales realizamos la encuesta, el 37,77% manifestaron estar en escasamente en desacuerdo, seguido por un 25,82% manifiestan estar indiferente, seguido por un 18,75% en desacuerdo, seguido por un 13,32% escasamente de acuerdo, y un 0,54% total de acuerdo.

Tabla 5. Distribución según el personal capacitado para desempeñarse en su área con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES.

| | Frecuencia | Frecuencia relativa porcentual | Frecuencia relativa acumulado |
|------------------------------|------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| Total, desacuerdo | 2 | ,5 | ,5 |
| En desacuerdo | 60 | 16,3 | 16,8 |
| Escasamente en desacuerdo | 137 | 37,2 | 54,1 |
| Indiferente | 121 | 32,9 | 87,0 |
| Escasamente de acuerdo | 33 | 9,0 | 95,9 |
| De acuerdo | 11 | 3,0 | 98,9 |
| Total, de acuerdo | 4 | 1,1 | 100,0 |
| Total | 368 | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES del rubro Hoteles de tres estrellas Huaraz 2016.

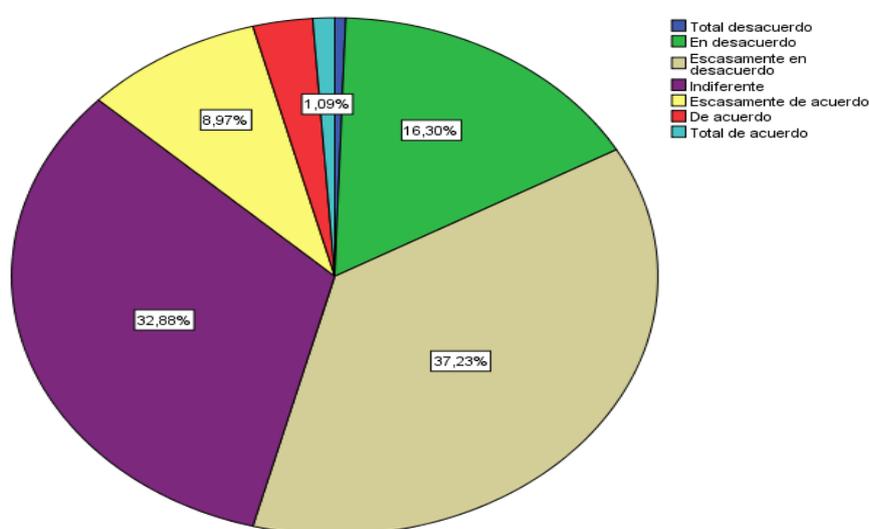


Figura 5. Distribución según el personal capacitado para desempeñarse en su área con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES.

Fuente: Tabla 5

Interpretación: De los consumidores a los cuales realizamos la encuesta, el 37,23% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, seguido por un 32,88% manifiestan estar indiferente, seguido por un 16,30% en desacuerdo, seguido por un 8,97% escasamente de acuerdo, y un 1,09% total de acuerdo.

Tabla 6. Distribución según el personal confiable para animarse, hacer uso del servicio con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES.

| | Frecuencia | Frecuencia relativa porcentual | Frecuencia relativa acumulado |
|------------------------------|------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| Total, desacuerdo | 3 | ,8 | ,8 |
| En desacuerdo | 59 | 16,0 | 16,8 |
| Escasamente en desacuerdo | 140 | 38,0 | 54,9 |
| Indiferente | 119 | 32,3 | 87,2 |
| Escasamente de acuerdo | 35 | 9,5 | 96,7 |
| De acuerdo | 8 | 2,2 | 98,9 |
| Total, de acuerdo | 4 | 1,1 | 100,0 |
| Total | 368 | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES del rubro Hoteles de tres estrellas Huaraz 2016.

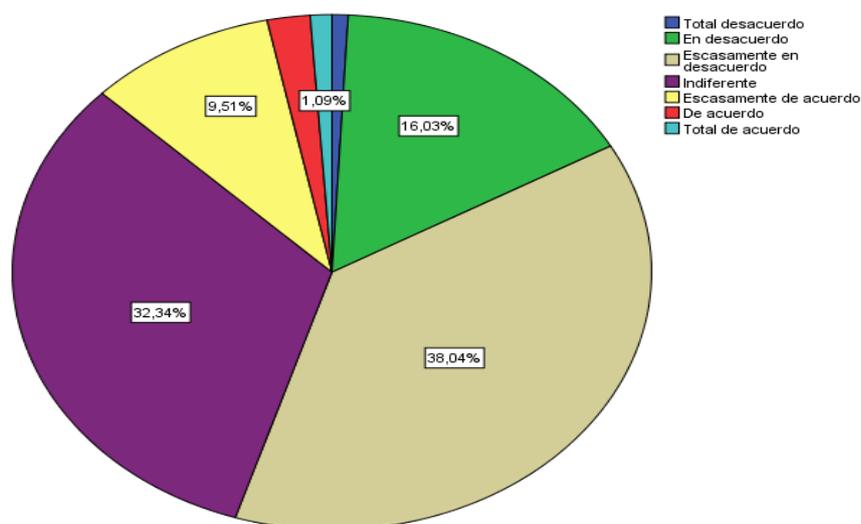


Figura 6. Distribución según el personal confiable para animarse, hacer uso del servicio con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES.

Fuente: Tabla 6

Interpretación: De los consumidores a los cuales realizamos la encuesta, el 38,04% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, seguido por un 32,34% manifiestan estar indiferente, seguido por un 16,30% en desacuerdo, seguido por un 9,51% escasamente de acuerdo, y un 1,09% total de acuerdo.

Tabla 7. Distribución según el personal comprometido y honrado en la hora de realizar su trabajo con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES.

| | Frecuencia | Frecuencia relativa porcentual | Frecuencia relativa acumulado |
|------------------------------|------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| En desacuerdo | 38 | 10,3 | 10,3 |
| Escasamente en desacuerdo | 156 | 42,4 | 52,7 |
| Indiferente | 121 | 32,9 | 85,6 |
| Escasamente de acuerdo | 37 | 10,1 | 95,7 |
| De acuerdo | 15 | 4,1 | 99,7 |
| Total, de acuerdo | 1 | ,3 | 100,0 |
| Total | 368 | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES del rubro Hoteles de tres estrellas Huaraz 2016.

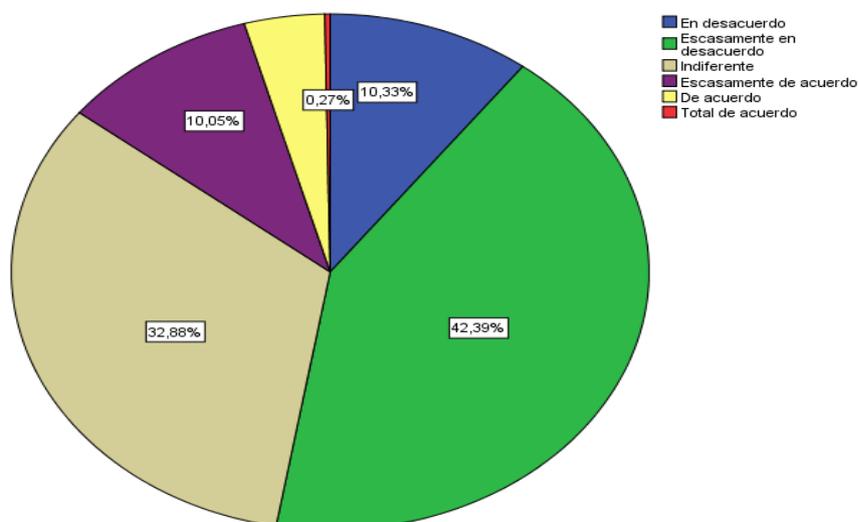


Figura 7. Distribución según el personal comprometido y honrado en la hora de realizar su trabajo con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES.

Fuente: Tabla 7

Interpretación: De los consumidores a los cuales realizamos la encuesta, el 42,39% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, seguido por un 32,88% manifiestan estar indiferente, seguido por un 10,33% en desacuerdo, seguido por un 10,05% escasamente de acuerdo, y un 0,27% total de acuerdo.

Tabla 8. Distribución según el personal limpio y aseado con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES.

| | Frecuencia | Frecuencia relativa porcentual | Frecuencia relativa acumulado |
|------------------------------|------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| Total, desacuerdo | 5 | 1,4 | 1,4 |
| En desacuerdo | 24 | 6,5 | 7,9 |
| Escasamente en desacuerdo | 142 | 38,6 | 46,5 |
| Indiferente | 117 | 31,8 | 78,3 |
| Escasamente de acuerdo | 54 | 14,7 | 92,9 |
| De acuerdo | 21 | 5,7 | 98,6 |
| Total, de acuerdo | 5 | 1,4 | 100,0 |
| Total | 368 | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES del rubro Hoteles de tres estrellas Huaraz 2016.

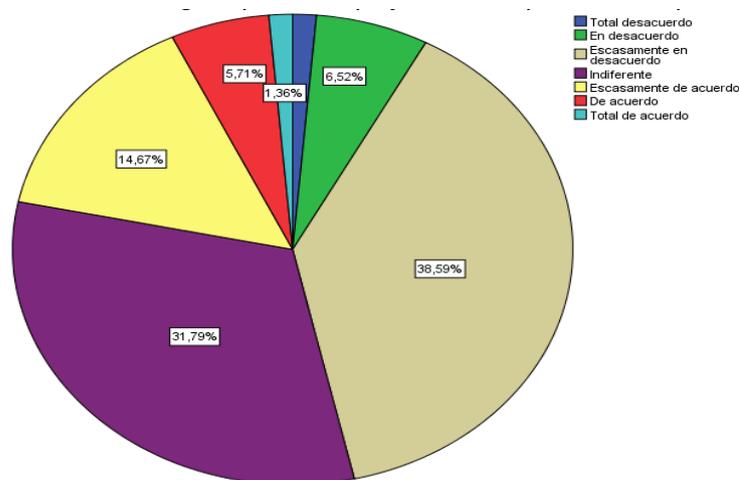


Figura 8. Distribución según el personal limpio y aseado con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES.

Fuente: Tabla 8

Interpretación: De los consumidores a los cuales realizamos la encuesta, el 38,59% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, seguido por un 31,79% manifiestan estar indiferente, seguido por un 14,67% en escasamente de acuerdo, seguido por un 6,52% en desacuerdo, seguido por un 5,71% de acuerdo, y un 1,36% total de acuerdo.

Tabla 9. Distribución según el personal que debe estar siempre bien presentable según los clientes de las MYPES.

| | Frecuencia | Frecuencia relativa porcentual | Frecuencia relativa acumulado |
|------------------------------|------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| En desacuerdo | 3 | ,8 | ,8 |
| Escasamente en desacuerdo | 10 | 2,7 | 3,5 |
| Indiferente | 3 | ,8 | 4,3 |
| Escasamente de acuerdo | 2 | ,5 | 4,9 |
| De acuerdo | 75 | 20,4 | 25,3 |
| Total, de acuerdo | 275 | 74,7 | 100,0 |
| Total | 368 | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES del rubro Hoteles de tres estrellas Huaraz 2016.

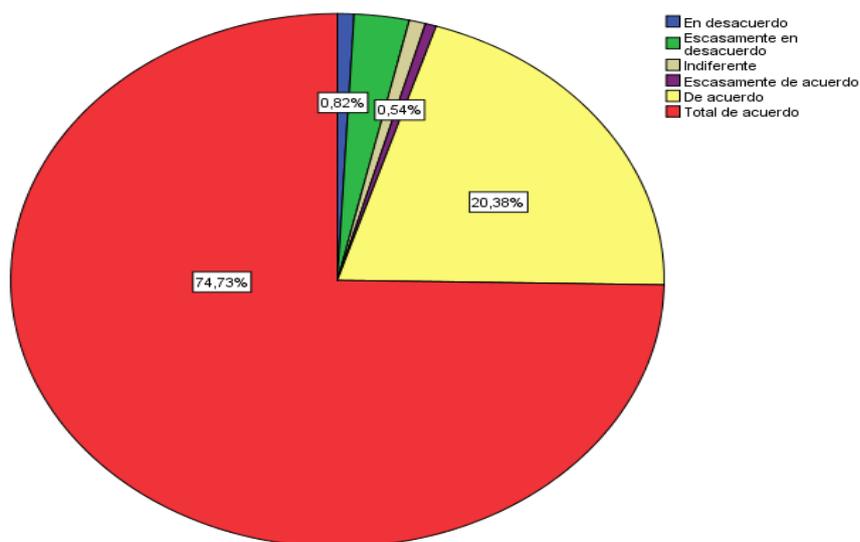


Figura 9. Distribución según el personal que debe estar siempre bien presentable según los clientes de las MYPES.

Fuente: Tabla 9

Interpretación: De los consumidores a los cuales realizamos la encuesta, el 74,73% manifestaron estar en total de acuerdo, seguido por un 20,38% manifiestan estar de acuerdo, seguido por un 0,82% en desacuerdo, y un 0,54% escasamente de acuerdo.

Tabla 10. Distribución según el equipamiento se encuentre siempre en buenas condiciones según los clientes de las MYPES.

| | Frecuencia | Frecuencia relativa porcentual | Frecuencia relativa acumulado |
|------------------------------|------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| En desacuerdo | 2 | ,5 | ,5 |
| Escasamente en desacuerdo | 11 | 3,0 | 3,5 |
| Indiferente | 5 | 1,4 | 4,9 |
| Escasamente de acuerdo | 4 | 1,1 | 6,0 |
| De acuerdo | 57 | 15,5 | 21,5 |
| Total, de acuerdo | 289 | 78,5 | 100,0 |
| Total | 368 | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES del rubro Hoteles de tres estrellas Huaraz 2016.

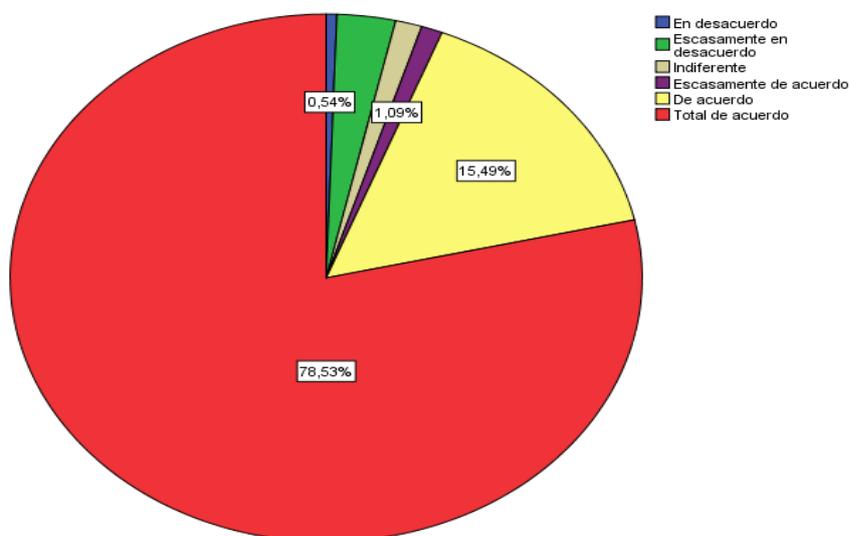


Figura 10. Distribución según el equipamiento se encuentre siempre en buenas condiciones según los clientes de las MYPES.

Fuente: Tabla 10

Interpretación: De los consumidores a los cuales realizamos la encuesta, el 78,53% manifestaron estar en total de acuerdo, seguido por un 15,49% manifiestan estar de acuerdo, seguido por un 1,09% escasamente de acuerdo., y un 0,54% en desacuerdo.

Tabla 11. Distribución según el equipamiento en buenas condiciones con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES.

| | Frecuencia | Frecuencia relativa porcentual | Frecuencia relativa acumulado |
|------------------------------|------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| Total, desacuerdo | 4 | 1,1 | 1,1 |
| En desacuerdo | 27 | 7,3 | 8,4 |
| Escasamente en desacuerdo | 137 | 37,2 | 45,7 |
| Indiferente | 130 | 35,3 | 81,0 |
| Escasamente de acuerdo | 43 | 11,7 | 92,7 |
| De acuerdo | 22 | 6,0 | 98,6 |
| Total, de acuerdo | 5 | 1,4 | 100,0 |
| Total | 368 | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES del rubro Hoteles de tres estrellas Huaraz 2016.

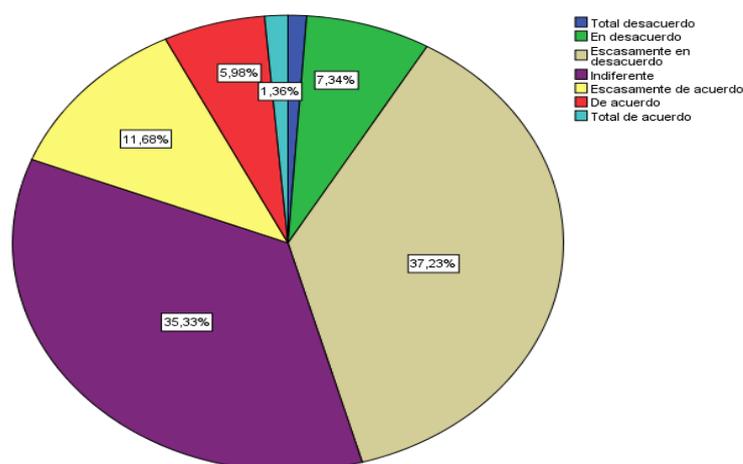


Figura 11. Distribución según el equipamiento en buenas condiciones con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES.

Fuente: Tabla 11

Interpretación: De los consumidores a los cuales realizamos la encuesta, el 37,23% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, seguido por un 35,33% manifiestan estar indiferente, seguido por un 11,68% en escasamente de acuerdo, seguido por un 7,34% en desacuerdo, seguido por un 5,98% de acuerdo, y un 1,36% total de acuerdo.

Tabla 12. Distribución según sus instalaciones siempre vistas como confortables y acogedoras con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES.

| | Frecuencia | Frecuencia relativa porcentual | Frecuencia relativa acumulado |
|---------------------------|------------|--------------------------------|-------------------------------|
| En desacuerdo | 27 | 7,3 | 7,3 |
| Escasamente en desacuerdo | 153 | 41,6 | 48,9 |
| Indiferente | 129 | 35,1 | 84,0 |
| Escasamente de acuerdo | 41 | 11,1 | 95,1 |
| De acuerdo | 17 | 4,6 | 99,7 |
| Total, de acuerdo | 1 | ,3 | 100,0 |
| Total | 368 | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES del rubro Hoteles de tres estrellas Huaraz 2016.

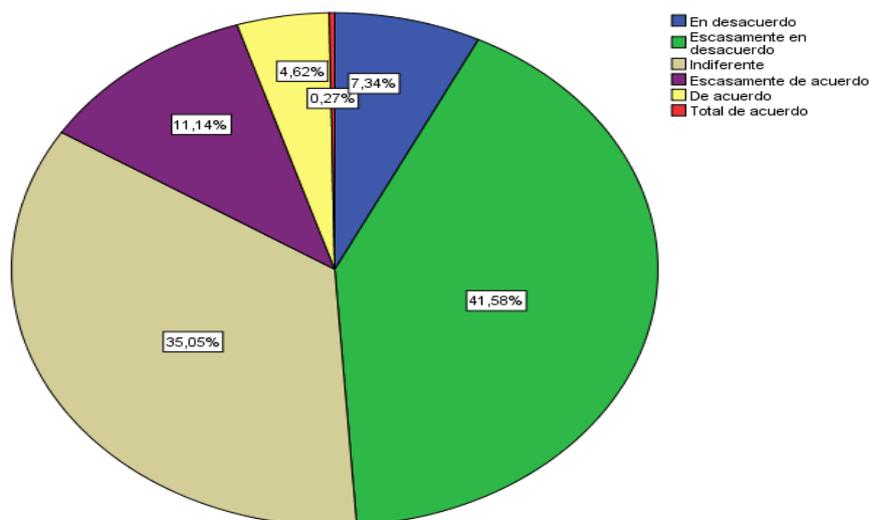


Figura 12. Distribución según sus instalaciones siempre vistas como confortables y acogedoras con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES.

Fuente: Tabla 12

Interpretación: De los consumidores a los cuales realizamos la encuesta, el 41,58% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, seguido por un 35,05% manifiestan estar indiferente, seguido por un 11,14% en escasamente de acuerdo, seguido por un 7,34% en desacuerdo, seguido por un 4,62% de acuerdo, y un 0,27% total de acuerdo.

Tabla 13. Distribución según sus instalaciones confortables y acogedoras con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES.

| | Frecuencia | Frecuencia relativa porcentual | Frecuencia relativa acumulado |
|------------------------------|------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| Total, desacuerdo | 2 | ,5 | ,5 |
| En desacuerdo | 45 | 12,2 | 12,8 |
| Escasamente en desacuerdo | 151 | 41,0 | 53,8 |
| Indiferente | 112 | 30,4 | 84,2 |
| Escasamente de acuerdo | 42 | 11,4 | 95,7 |
| De acuerdo | 12 | 3,3 | 98,9 |
| Total, de acuerdo | 4 | 1,1 | 100,0 |
| Total | 368 | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES del rubro Hoteles de tres estrellas Huaraz 2016.

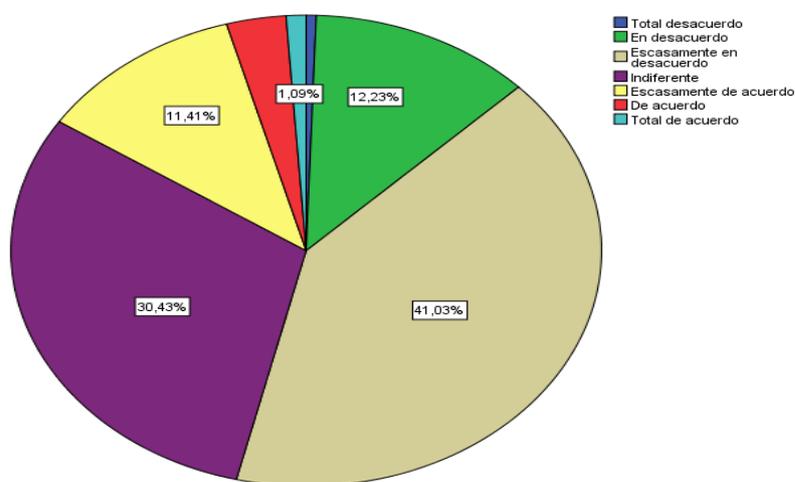


Figura 13. Distribución según sus instalaciones confortables y acogedoras con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES.

Fuente: Tabla 13

Interpretación: De los consumidores a los cuales realizamos la encuesta, el 41,03% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, seguido por un 30,43% manifiestan estar indiferente, seguido por un 12,23% en desacuerdo, seguido por un 11,41% en escasamente de acuerdo, y un 1,09% total de acuerdo.

Tabla 14. Distribución según sus instalaciones seguras con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES.

| | Frecuencia | Frecuencia relativa porcentual | Frecuencia relativa acumulado |
|------------------------------|------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| En desacuerdo | 49 | 13,3 | 13,3 |
| Escasamente en desacuerdo | 138 | 37,5 | 50,8 |
| Indiferente | 113 | 30,7 | 81,5 |
| Escasamente de acuerdo | 51 | 13,9 | 95,4 |
| De acuerdo | 13 | 3,5 | 98,9 |
| Total, de acuerdo | 4 | 1,1 | 100,0 |
| Total | 368 | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES del rubro Hoteles de tres estrellas Huaraz 2016.

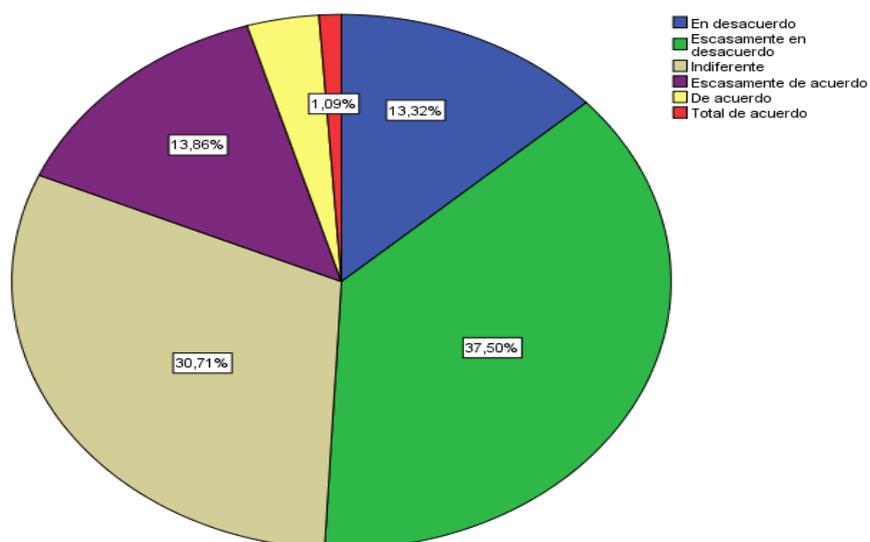


Figura 14. Distribución según sus instalaciones seguras con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES.

Fuente: Tabla 14

Interpretación: De los consumidores a los cuales realizamos la encuesta, el 37,50% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, seguido por un 30,71% manifiestan estar indiferente, seguido por un 13,88% en escasamente de acuerdo, seguido por un 13,32% en desacuerdo, y un 1,09% total de acuerdo

Tabla 15. Distribución según sus instalaciones limpias y ordenadas con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES.

| | Frecuencia | Frecuencia relativa porcentual | Frecuencia relativa acumulado |
|------------------------------|------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| Total, desacuerdo | 3 | ,8 | ,8 |
| En desacuerdo | 43 | 11,7 | 12,5 |
| Escasamente en desacuerdo | 141 | 38,3 | 50,8 |
| Indiferente | 109 | 29,6 | 80,4 |
| Escasamente de acuerdo | 54 | 14,7 | 95,1 |
| De acuerdo | 12 | 3,3 | 98,4 |
| Total, de acuerdo | 6 | 1,6 | 100,0 |
| Total | 368 | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES del rubro Hoteles de tres estrellas Huaraz 2016.

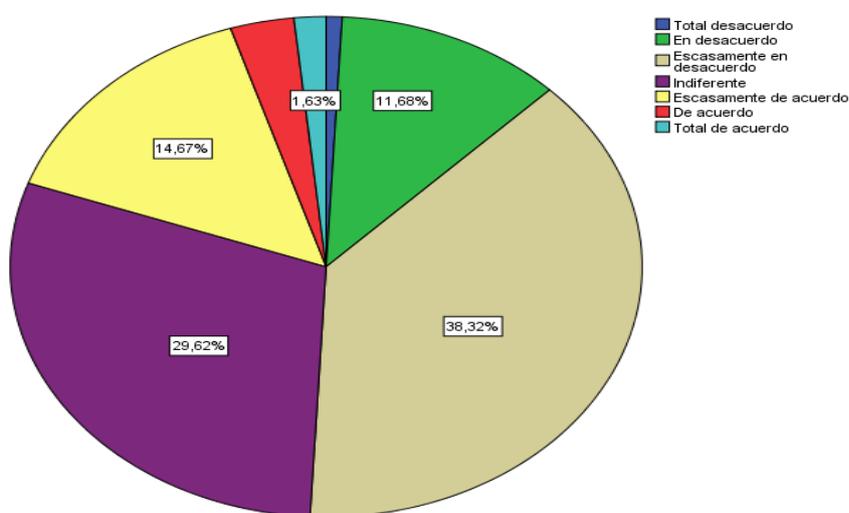


Figura 15. Distribución según sus instalaciones limpias y ordenadas con que cuenta la empresa según los clientes de las MYPES.

Fuente: Tabla 15

Interpretación: De los consumidores a los cuales realizamos la encuesta, el 38,32% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, seguido por un 29,62% manifiestan estar indiferente, seguido por un 14,67% en escasamente de acuerdo, seguido por un 11,68% en desacuerdo, y un 1,63% total de acuerdo.

Tabla 16. Distribución según la discreción de los trabajadores a la hora de realizar su trabajo según los clientes de las MYPES.

| | Frecuencia | Frecuencia relativa porcentual | Frecuencia relativa acumulado |
|------------------------------|------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| En desacuerdo | 60 | 16,3 | 16,3 |
| Escasamente en desacuerdo | 136 | 37,0 | 53,3 |
| Indiferente | 112 | 30,4 | 83,7 |
| Escasamente de acuerdo | 45 | 12,2 | 95,9 |
| De acuerdo | 13 | 3,5 | 99,5 |
| Total, de acuerdo | 2 | ,5 | 100,0 |
| Total | 368 | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES del rubro Hoteles de tres estrellas Huaraz 2016.

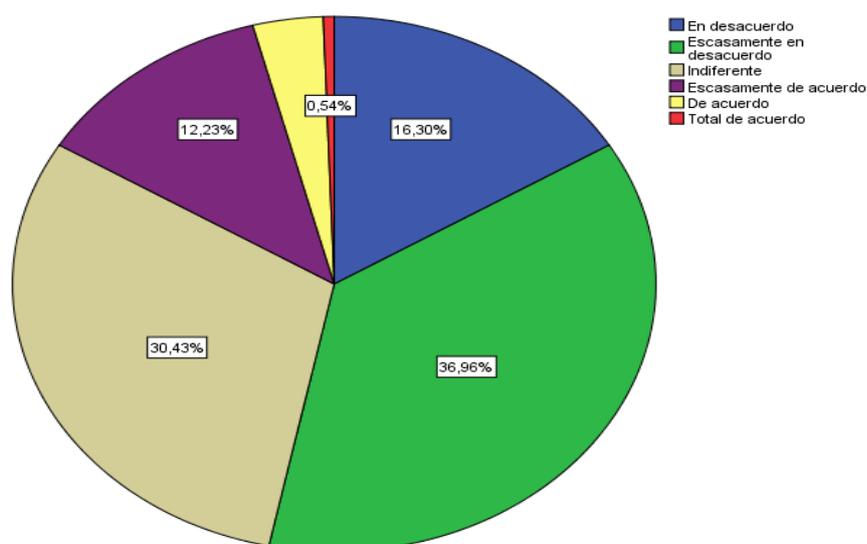


Figura 16. Distribución según la discreción de los trabajadores a la hora de realizar su trabajo según los clientes de las MYPES.

Fuente: Tabla 16

Interpretación: De los consumidores a los cuales realizamos la encuesta, el 36,96% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, seguido por un 30,43% manifiestan estar indiferente, seguido por un 16,30% en desacuerdo, seguido por un 12,23% en escasamente de acuerdo, y un 0,54% total de acuerdo.

Tabla 17. Distribución según la discreción de los trabajadores que manejan información confiable según los clientes de las MYPES.

| | Frecuencia | Frecuencia relativa porcentual | Frecuencia relativa acumulado |
|------------------------------|------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| En desacuerdo | 55 | 14,9 | 14,9 |
| Escasamente en desacuerdo | 134 | 36,4 | 51,4 |
| Indiferente | 115 | 31,3 | 82,6 |
| Escasamente de acuerdo | 47 | 12,8 | 95,4 |
| De acuerdo | 13 | 3,5 | 98,9 |
| Total, de acuerdo | 4 | 1,1 | 100,0 |
| Total | 368 | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES del rubro Hoteles de tres estrellas Huaraz 2016.

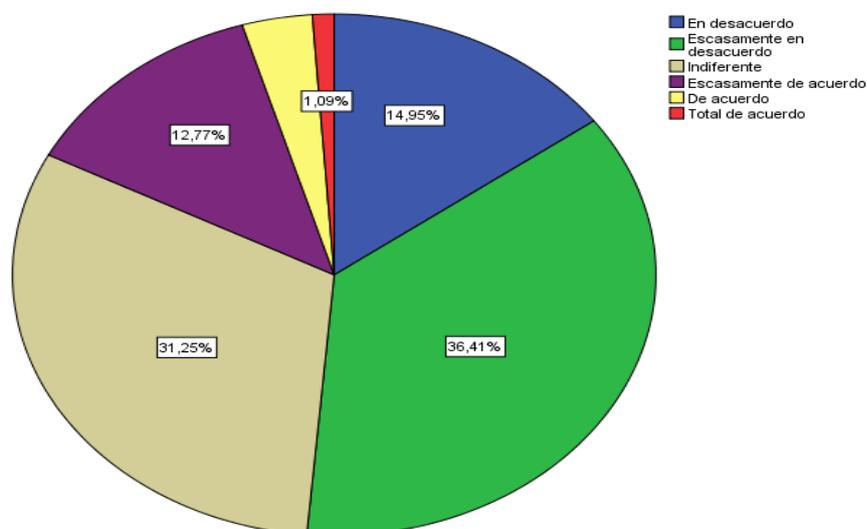


Figura 17. Distribución según la discreción de los trabajadores que manejan información confiable según los clientes de las MYPES.

Fuente: Tabla 17

Interpretación: De los consumidores a los cuales realizamos la encuesta, el 36,41% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, seguido por un 31,25% manifiestan estar indiferente, seguido por un 14,95% en desacuerdo, seguido por un 12,77% en escasamente de acuerdo, y un 1,09% total de acuerdo.

Tabla 18. Distribución según los trabajadores que resuelven sus problemas sin la ayuda de su superior según los clientes de las MYPES.

| | Frecuencia | Frecuencia relativa porcentual | Frecuencia relativa acumulado |
|------------------------------|------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| Total, desacuerdo | 1 | ,3 | ,3 |
| En desacuerdo | 59 | 16,0 | 16,3 |
| Escasamente en desacuerdo | 131 | 35,6 | 51,9 |
| Indiferente | 116 | 31,5 | 83,4 |
| Escasamente de acuerdo | 50 | 13,6 | 97,0 |
| De acuerdo | 11 | 3,0 | 100,0 |
| Total | 368 | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES del rubro Hoteles de tres estrellas Huaraz 2016.

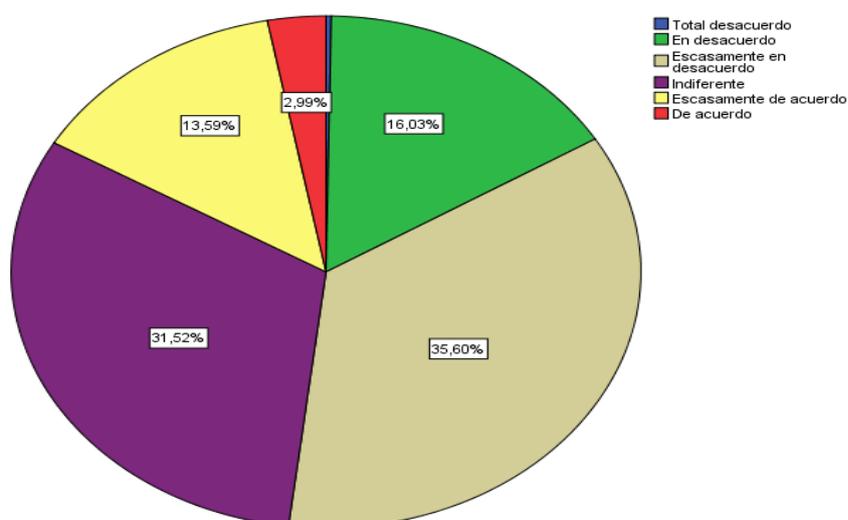


Figura 18. Distribución según los trabajadores que resuelven sus problemas sin la ayuda de su superior según los clientes de las MYPES.

Fuente: Tabla 18

Interpretación: De los consumidores a los cuales realizamos la encuesta, el 35,60% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, seguido por un 31,52% manifiestan estar indiferente, seguido por un 16,03% en desacuerdo, seguido por un 13,59% en escasamente de acuerdo, y un 2,99% de acuerdo.

Tabla 19. Distribución según ayuda de los trabajadores a su superior a solucionar problemas que se presentan según los clientes de las MYPES.

| | Frecuencia | Frecuencia relativa porcentual | Frecuencia relativa acumulado |
|------------------------------|------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| Total, desacuerdo | 1 | ,3 | ,3 |
| En desacuerdo | 46 | 12,5 | 12,8 |
| Escasamente en desacuerdo | 147 | 39,9 | 52,7 |
| Indiferente | 116 | 31,5 | 84,2 |
| Escasamente de acuerdo | 39 | 10,6 | 94,8 |
| De acuerdo | 18 | 4,9 | 99,7 |
| Total, de acuerdo | 1 | ,3 | 100,0 |
| Total | 368 | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES del rubro Hoteles de tres estrellas Huaraz 2016.

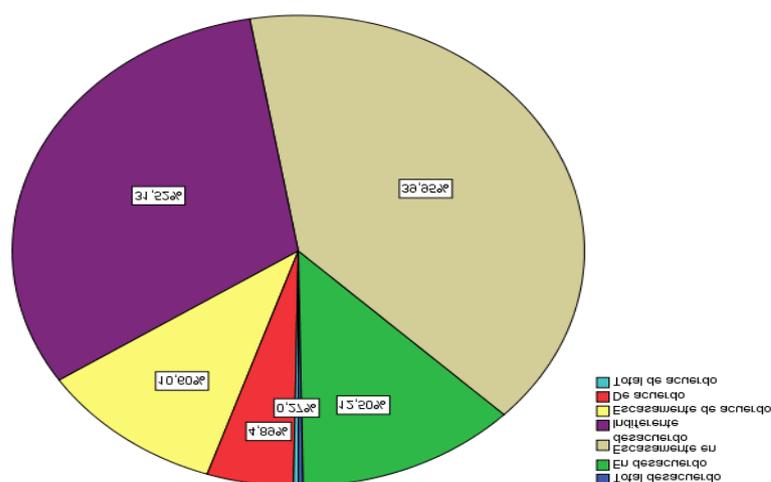


Figura 19. Distribución según ayuda de los trabajadores a su superior a solucionar problemas que se presentan según los clientes de las MYPES.

Fuente: Tabla 19

Interpretación: De los consumidores a los cuales realizamos la encuesta, el 39,95% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, seguido por un 31,52% manifiestan estar indiferente, seguido por un 12,50% en desacuerdo, seguido por un 10,60% escasamente de acuerdo, seguido por un 4,89% de acuerdo, y un 0,27% total de acuerdo.

Tabla 20. Distribución según los trabajadores que responden oportunamente a las labores asignadas según los clientes de las MYPES.

| | Frecuencia | Frecuencia relativa porcentual | Frecuencia relativa acumulado |
|------------------------------|------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| Total, desacuerdo | 4 | 1,1 | 1,1 |
| En desacuerdo | 46 | 12,5 | 13,6 |
| Escasamente en desacuerdo | 131 | 35,6 | 49,2 |
| Indiferente | 119 | 32,3 | 81,5 |
| Escasamente de acuerdo | 49 | 13,3 | 94,8 |
| De acuerdo | 17 | 4,6 | 99,5 |
| Total, de acuerdo | 2 | ,5 | 100,0 |
| Total | 368 | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES del rubro Hoteles de tres estrellas Huaraz 2016.

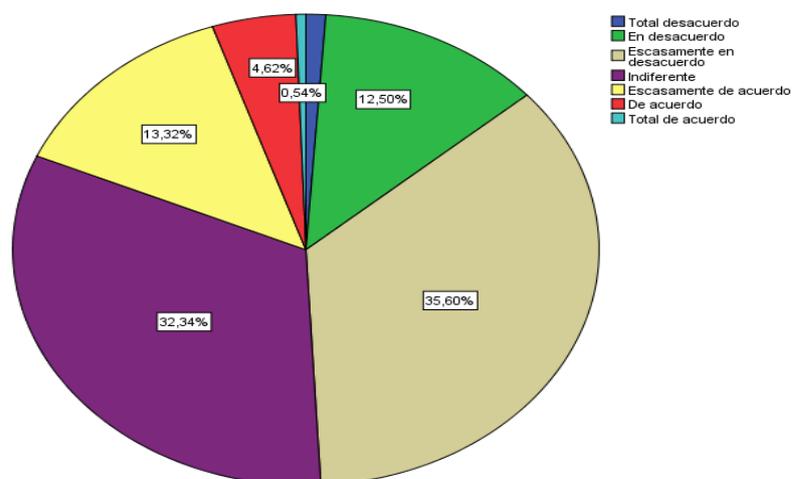


Figura 20. Distribución según los trabajadores que responden oportunamente a las labores asignadas según los clientes de las MYPES.

Fuente: Tabla 20

Interpretación: De los consumidores a los cuales realizamos la encuesta, el 35,60% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, seguido por un 32,34% manifiestan estar indiferente, seguido por un 13,32% escasamente de acuerdo, seguido por un 12,50% en desacuerdo, seguido por un 4,62% de acuerdo, y un 0,54% total de acuerdo.

Tabla 21. Distribución según los trabajadores que actúan con rapidez frente a las necesidades o reclamos de los clientes según los clientes de las MYPES.

| | Frecuencia | Frecuencia relativa porcentual | Frecuencia relativa acumulado |
|------------------------------|------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| Total, desacuerdo | 4 | 1,1 | 1,1 |
| En desacuerdo | 49 | 13,3 | 14,4 |
| Escasamente en desacuerdo | 148 | 40,2 | 54,6 |
| Indiferente | 101 | 27,4 | 82,1 |
| Escasamente de acuerdo | 43 | 11,7 | 93,8 |
| De acuerdo | 17 | 4,6 | 98,4 |
| Total, de acuerdo | 6 | 1,6 | 100,0 |
| Total | 368 | 100,0 | |

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES del rubro Hoteles de tres estrellas Huaraz 2016.

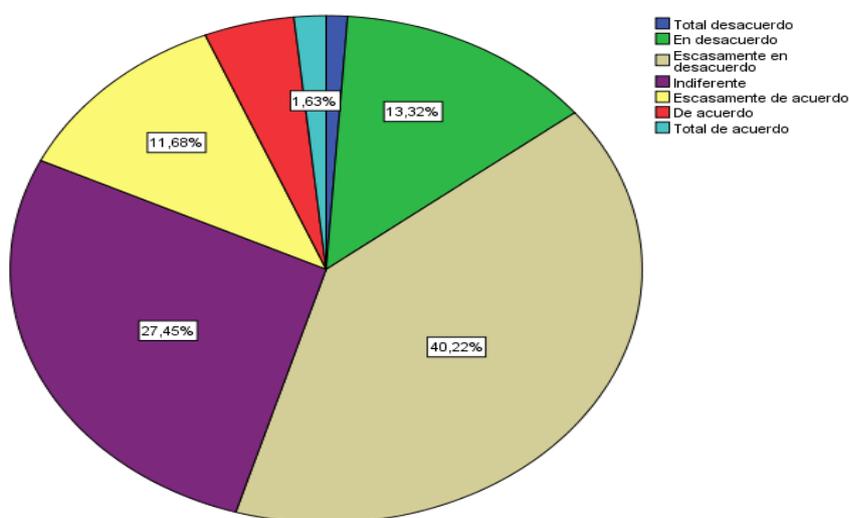


Figura 21 . Distribución según los trabajadores que actúan con rapidez frente a las necesidades o reclamos de los clientes de las MYPES.

Fuente: Tabla 21

Interpretación: De los consumidores a los cuales realizamos la encuesta, el 40,22% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, seguido por un 27,45% manifiestan estar indiferente, seguido por un 13,32% en desacuerdo, seguido por un 11,68% escasamente de acuerdo, y un 1,63% total de acuerdo.

4.2. Análisis de resultados

Respecto a los datos generales del encuestado:

En cuanto a los datos generales el total de los clientes encuestados el 41,03% manifestaron tener entre 40 a 45 años de edad, donde contrasta con los resultados encontrados del antecedente del autor Hoyos (2008) quien menciona que la mayor parte de los huéspedes clasifican dentro del rango de 41 a 50 años de edad. Al igual que contrasta con los datos obtenidos del antecedente del autor Vega (2014), quien menciona que mayor parte de los huéspedes clasifican dentro del rango de 20 a 35 años de edad. (Tabla 1)

En cuanto al género, el 50,82% son de género masculino. Donde contrasta con los datos obtenidos por el antecedente del autor Hoyos (2008) en su tesis, en el cual menciona que el 53, 20% es de género femenino. (Tabla 2)

Y del total de los clientes encuestados el 64,95% tienen el grado de instrucción Sup. Univ, donde contrasta con los datos en el antecedente del autor Vega (2014), en su tesis, donde hace mención que el 42,67% cuentan con estudios superiores no universitarios. (Tabla 3)

Respecto a la gestión de calidad bajo el modelo HOTELQUAL

Del total de encuestados el 37,77% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, que la empresa no cuenta con personal competente y profesional (Tabla 4), en donde podemos observar que el total de los clientes de los hoteles se encuentran insatisfechos con el personal que labora, situación que perjudican a dichas empresas, estos resultados coinciden con en el antecedente del autor Albites (2015) en su tesis, donde hace mención que el 44% de los clientes opina que el personal algunas veces demostró profesionalismo. Al igual coincide con lo mencionado en el antecedente del autor Vega (2014) en su tesis donde hace mención que del total de los clientes encuestados el 23% manifiestan estar medianamente en desacuerdo respecto al trabajo, que los diferentes colaboradores

no brindan un buen servicio a los huéspedes de los hoteles, todo esto conlleva a que el personal no sea competente ni profesional, con relación al servicio. Donde vemos que estos resultados no guardan similitud con lo que mencionan los autores Sierra et al. (2008) el personal debe de ser competente y profesional, en el área que se está desempeñando.

Del total de los clientes encuestados el 37,23% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, que la empresa no cuenta con personal capacitado para desempeñarse en su área (Tabla 5) en donde vemos que el total de los clientes de los hoteles se encuentran insatisfechos con el personal que labora, situación que perjudican a dichas empresas. Donde estos resultados no guardan similitud con lo que mencionan los autores Sierra et al. (2008) todo el personal que labora debe de esforzarse a lo máximo y dar todo de sí mismo en la hora de realizar sus labores en la empresa.

Del total de los clientes encuestados el 38,04% manifestaron estar escasamente en desacuerdo con el personal confiable para animarse hacer uso del servicio (Tabla 6) en donde podemos tener conocimiento que el total de los clientes de los hoteles se encuentran insatisfechos con el personal que labora ya que es poco confiable, situación que perjudican a los hoteles, ya que estos resultados coinciden con lo mencionado en el antecedente del autor Vega (2014) en su tesis, del total de clientes encuestados el 35,67% manifiestan estar en desacuerdo respecto si el personal es de confianza. Por lo contrario, estos resultados contrastan con lo que mencionan los autores Sierra et al. (2008) los diferentes colaboradores de la empresa deben de reflejar confianza y amabilidad entre los huéspedes.

Del total de los clientes encuestados el 42,39% manifestaron estar escasamente en desacuerdo ya que el personal no es honrado ni tiene compromiso laboral en la hora de realizar sus tareas, (Tabla 7) en donde se observa que los clientes de los hoteles se encuentran insatisfechos con el personal que labora ya que no es honrado y no tiene compromiso laboral con las tareas que realiza, situación que perjudican a dichas empresas. Estos resultados contrastan con lo que mencionan

los autores Sierra et al. (2008) donde los diferentes colaboradores de la empresa deben de reflejar confianza para que así los huéspedes.

Del total de los clientes encuestados el 38,59% manifestaron estar escasamente en desacuerdo con el personal ya que no es aseado ni limpio en su aspecto personal, (Tabla 8) en donde observamos que los clientes de los hoteles se encuentran insatisfechos con el personal que labora ya que estos no tienen un buen aspecto personal, situación que perjudican a dichas empresas, donde coincide con lo mencionado en el antecedente del autor Vega (2014) en su tesis, que el 20,33% manifiestan estar medianamente de acuerdo. Al igual que en el antecedente del autor Hoyos (2008) que el 56,40% de los encuestados están insatisfechos con el personal, que no es aseado ni limpio. Estos resultados no guardan relación los autores Sierra et al. (2008) donde hacen mención que los diferentes colaboradores de la empresa deben de tener un aspecto limpio y aseado, ya que son la primera impresión, la imagen de la empresa, por lo tanto, deben de estar debidamente aseados para laborar en su área. Donde coincide con en el antecedente del autor Ybañez (2016) en su tesis menciona que el 54% de los clientes dicen estar de acuerdo con el personal ya que muestran una apariencia limpia y agradable.

Del total de los clientes encuestados el 74,73% manifestaron estar en total de acuerdo, que el personal siempre debe de estar bien presentables en la hora de realizar sus tareas, (Tabla 9) en donde coincide por los autores Sierra et al. (2008) el personal que labora siempre debe de tener un aspecto presentable, en la hora de realizar sus labores, ya que son la primera impresión, la imagen de la empresa, por lo tanto, deben de estar debidamente aseados para laborar en su área.

Del total de los clientes encuestados el 78,53% manifestaron estar en total de acuerdo, en que todas las instalaciones de la empresa se deben de encontrar en buenas condiciones, (Tabla 10) en deducciones podemos tener conocimiento que el total de los clientes de los hoteles dicen que todas las instalaciones deben de estar en buenas condiciones para el uso adecuado de ellas. Este resultado coincide con lo que mencionan los autores Sierra et al. (2008) los diferentes muebles y

equipos del establecimiento (ascensor, habitaciones, pasillos, etc.) deben estar bien conservados.

Del total de los clientes encuestados el 37,23% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, ya que todas las instalaciones no se encuentran bien equipadas en la empresa, (Tabla 11) en deducciones podemos tener conocimiento que el total de los clientes de los hoteles dicen que todas las instalaciones no se encuentran adecuadamente equipados, situación que perjudican a dichas empresas. Donde este resultado contrasta con lo que mencionan los autores Sierra et al. (2008) los diferentes muebles y equipos del establecimiento deben de resultar agradables para los huéspedes y así poder hacer uso de sus instalaciones. Estos resultados coincide en el antecedente del autor Ybañez (2016) en su tesis menciona que el 54% de los clientes dicen estar de acuerdo las con instalaciones modernas y atractivas.

Del total de los clientes encuestados el 41,58% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, porque las instalaciones no son vistas como confortables ni acogedoras, (Tabla 12 - 13) en donde podemos tener conocimiento que el total de los clientes de los hoteles dicen que las instalaciones no son vistas como confortables ni acogedoras, situación que perjudican a dichas empresas, ya que estos resultados coinciden con lo mencionado en el antecedente del autor Vega (2014) en su tesis que del total de clientes encuestados el 23,33% manifiestan estar en desacuerdo respecto al ambiente confortable y acogedor. Pero contrasta con el antecedente del autor Ybañez (2016) donde el 53% de los clientes dicen estar de acuerdo con los ambientes de los hoteles que reflejan ser divertidos y agradables. Estos resultados no se asemejan a lo que mencionas los autores Sierra et al. (2008) todas las instalaciones deben de ser confortables y acogedoras en la cual el huésped debe de sentirse cómodo, como para volver hacer uso de las instalaciones.

Del total de los clientes encuestados el 37,50% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, ya que no cuentan con instalaciones seguras, (Tabla 14) donde los

clientes de los hoteles dicen que las instalaciones no son seguras para animarse hacer uso de ellas, situación que perjudican a dichas empresas. Ya que estos resultados no contrastan con lo mencionado en el antecedente del autor Albites (2015) en su tesis, donde hace mención que el 38% de los clientes dicen que el hotel si brinda seguridad y protección con frecuencia. A la vez coinciden con el antecedente del autor Hoyos (2008) en su tesis hace mención que el 43,50% de los clientes manifiestan estar satisfechos, con el hotel ya que dentro de ello se sienten seguros contra cualquier calamidad. Los resultados obtenidos por la investigación no guardan relación con lo mencionado por los autores Sierra et al. (2008) ya que todas las instalaciones de la empresa deben de ser siempre seguras (cumplir las normas de seguridad). Para que así los huéspedes se animen con seguridad hacer uso de las instalaciones sin ningún miedo.

Del total de los clientes encuestados el 38,32% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, ya que sus instalaciones no son limpias ni ordenadas, (Tabla 15) en deducciones podemos tener conocimiento que el total de los clientes de los hoteles dicen que las instalaciones no son limpias ni ordenadas. Donde los resultados contrastan por el antecedente del autor Vega (2014) en su tesis el 29,67% manifiestan estar en desacuerdo respecto a la higiene del ambiente. Estos resultados contrastan con lo mencionado por los autores Sierra et al. (2008) las instalaciones deben estar limpias y ordenadas.

Del total de los clientes encuestados el 36,96% manifestaron estar escasamente en desacuerdo ya que los trabajadores no guardan discreción en la hora de realizar sus labores, (Tabla 16) el total de los clientes de los hoteles manifiestan que los trabajadores no guardan ninguna discreción en la hora de realizar sus labores, situación que perjudican a dichas empresas, estos resultados coinciden con lo mencionado en el antecedente del autor Vega (2014) en su tesis, menciona que 24% de los clientes manifiestan estar en desacuerdo respecto a la discreción de los trabajadores. Resultado que contrastan con lo que mencionan los autores Sierra et al. (2008) los diferentes colaboradores deben de reflejar confianza.

De los clientes encuestados el 36,41% manifestaron estar escasamente en desacuerdo porque el personal no maneja información confiable, (Tabla 17) este resultado contrasta con lo que mencionan los autores Sierra et al. (2008) los diferentes colaboradores deben de ser discretos en lo hora de realizar sus labores asignadas.

Del total de los clientes encuestados el 35,60% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, porque los trabajadores no resuelven problemas sin la ayuda de sus superior, (Tabla 18) en donde podemos tener conocimiento que el total de los clientes de los hoteles dicen que los trabajadores no resuelven problemas sin la ayuda de sus superiores, donde coinciden con los resultados del antecedente del autor Vega (2014) en su tesis, el 30% de los clientes manifiestan estar en desacuerdo respecto a la preocupación por parte de los empleados en resolver los problemas. Por otra parte estos resultados contrastan con el antecedente del autor Hoyos (2008) donde menciona, que el 39% de los clientes están satisfechos con los colaboradores del hotel porque si resuelven oportunamente a los inconveniente que se les presenta. A la vez estos resultados contrastan con el antecedente del autor Ybañez (2016) en su tesis donde hace mención que el 41% de los clientes si están de acuerdo con el personal ya que estos si resuelven cualquier inconveniente que se les presente. Resultados que coinciden con los mencionado por los autores Sierra et al. (2008).

De los clientes encuestados el 39,95% manifestaron estar escasamente en desacuerdo ya que los trabajadores no ayudan a sus superiores a resolver algún problema que pueda ocurrir, (Tabla 19) en donde podemos tener conocimiento que el total de los clientes de los hoteles dicen que los trabajadores no resuelven problemas sin la ayuda de sus superiores, situación que perjudican a dichas empresas. Este resultado contrasta con lo que mencionan los autores Sierra et al. (2008) en la empresa debe de existir siempre colaboradores disponibles para brindar información y poder resolver algún inconveniente que pueda suscitar y así poder ayudar a los huéspedes.

De los clientes encuestados el 35,60% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, ya que los trabajadores no responden oportunamente a las labores asignadas, (Tabla 20) donde visualizamos que el total de los clientes de los hoteles dicen que los trabajadores no responden oportunamente a las labores asignadas, situación que perjudican a dichas empresas. Este resultado contrasta con lo que mencionan los autores Sierra et al. (2008) en la empresa debe de existir siempre colaboradores disponibles para brindar información a los huéspedes.

De los encuestados el 40,22% manifestaron estar escasamente en desacuerdo, ya que los trabajadores no actúan con rapidez frente a las necesidades o reclamos de los clientes, (Tabla 21) en donde podemos tener conocimiento que el total de los clientes de los hoteles dicen que los trabajadores no actúan con rapidez frente a las necesidades o cualquier reclamo de los clientes, por la cual no es agradable hacer uso de ellas, situación que perjudican a dichas empresas, ya que estos resultados coinciden con lo mencionado en el antecedente del autor Vega (2014) en su tesis que del total de clientes encuestados el 29,33% manifiesta estar en desacuerdo respecto al apoyo recibido de parte de los trabajadores. Estos resultados contrastan con lo que mencionan los autores Sierra et al. (2008) en la empresa debe de existir siempre colaboradores disponibles para brindar información a los huéspedes.

V. Conclusiones

5.1. Conclusiones

La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas de los hoteles de tres estrellas, no es aplicado en los procesos y actividades de estas organizaciones, en ese sentido no toman en cuenta aspectos que generen calidad al momento de brindar sus servicios.

En base al modelo Hotelqual en los hoteles de tres estrellas, se percibió que estas empresas desconocen del modelo en investigación y por ende los servicios que brindan no generan el cumplimiento de sus expectativas referente a un servicio de calidad. En ese sentido referente al personal, la minoría de los clientes están escasamente en desacuerdo con los colaboradores ya que no es competente, profesional, comprometido, honrado, confiable y capacitado. Referente a las instalaciones la mayoría de los clientes manifestaron que los equipos se deben de encontrar siempre en buenas condiciones. La mayoría relativa de los clientes manifestaron que las instalaciones no son vistas como confortables y acogedoras. Ala vez las empresas no cuenta con equipamiento en buenas condiciones, instalaciones seguras, limpias y ordenadas y referente a la organización la minoría de los clientes determinaron que los trabajadores no tienen discreción, no manejan información confiable, no resuelven problemas sin la ayuda de su superior y no responden oportunamente a las labores asignadas.

La totalidad de los clientes de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector servicios del rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, 2016. Tienen como clientes que en su mayoría son de género masculino, respecto a su edad están dentro de un rango de 40 a 45 años de edad y el grado de instrucción es Sup. Univ.

5.2. Recomendaciones

Se recomienda a los establecimientos hoteleros a través de la gestión de calidad mejorar sus procesos de atención al cliente, pues este implica la identificación de la satisfacción de los usuarios a través del reconocimiento de sus necesidades o expectativas para poder desarrollar mejoras en los procesos de atención, así como los tres aspectos importantes en el desarrollo del modelo HOTELQUAL que implican al personal, las instalaciones y organización.

Se recomienda a los hoteles identificar las preferencias o expectativas de los clientes respecto a los servicios que se les pretende brindar, pues presentan características de ser personas con estudios superiores, que necesitan de un trato educado y alturado, por tanto la presentación del personal así como su preparación debe estar sometido a constantes capacitaciones. Por otra parte se debe hacer hincapié a la limpieza con el que se presenta la empresa y el personal, debido a que por la percepción y por los resultados obtenidos en la investigación de los clientes, buscan de ambientes limpios, que generen seguridad y confort, así como empleados presentables, capaces de solucionar dificultades.

En ese sentido si las empresas hoteleras toman conocimiento y ponen en práctica el modelo HOTELQUAL que se utiliza para medir la calidad apreciada en los servicios de hospedaje. Dichas empresas mejoraran en un gran porcentaje su servicio al cliente, se incrementara la cartera de clientes, habrá clientes fidelizados con la empresa, incrementaran sus ingresos y trabajadores motivados.

Referencias Bibliográficas

- Albites, C. G.-S. (2015). *La calidad en los servicios de hospedaje tres estrellas en relación a la segmentación del mercado en Huaraz – Perú (Tesis de maestría)*. Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú., Lima. Obtenido de <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/2548>
- Altozano, J. L. (23 de 09 de 2013). Hotelqual presenta una herramienta que permite evaluar la calidad del sector de hostelería y aumentar los beneficios. *Camara*. Obtenido de <https://www.camarafuerteventura.org/index.php/100-hotelqual-presenta-una-herramienta-que-permite-evaluar-la-calidad-del-sector-de-hosteleria-y-aumentar-los-beneficios>
- Avolio, B. (2011). *Factores que Limitan el Crecimiento de la Micro y Pequeñas Empresas en el Perú (MYPES)*. Perú. Obtenido de revistas.pucp.edu.pe/index.php/strategia/article/download/4126/4094
- Cabrera, E. O. (2015). *Percepcion de la calidad de servicio de atencion al cliente en el Hotel Casa Andina Select, Chiclayo. (Tesis de pregrado)*. Pimentel Chiclayo. Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/uss/1215/1/TURISMO%20Y%20NEGOCIOS.pdf>
- Camisón, C., Cruz, S., Y Tomás, G. (2006). *Gestión de la Calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid.
- Casillas, S. B. (2009). *Hotelería*. México. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=4FyqBAAAQBAJ&pg=PT139&dq=Departamento+de+ama+de+llaves&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjGmZzx3crcAhUHv1MKHeTtBb8Q6AEILzAC#v=onepage&q&f=false>

- Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos*. México, D.F.: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Obtenido de <https://www.upg.mx/wp-content/uploads/2015/10/LIBRO-12-Administracion-de-recursos-humanos.-El-capital-humano.pdf>
- Cuellar Salazar, M. S. (2009). *Un instrumento de medición de la calidad de servicio en alojamientos rurales con autenticidad rural*. Girona. Obtenido de <http://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/2920/Cuellar-Salazar-MariaSonia.pdf?sequence=1>
- Denton, D. K. (1991). *Calidad en el servicio a los clientes*. Madrid. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=y3yWnHrzW-0C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Duran, M. U. (1992). *Gestión de la Calidad*. Madrid España. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=hoRIEGdLGxIC&printsec=frontcover&dq=gestion+de+la+calidad+duran+miguel&hl=es&sa=X&ved=0ahUKewiFhpKIbtTcAhXPxlkKHQ5sDR0Q6AEIKDAA#v=onepage&q&f=false>
- España, E. J. (2012). *MF0707_1: Lavado de ropa en alojamientos*. España. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=2bVWDwAAQBAJ&pg=PA14&dq=Departamento+de+lavander%C3%ADa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiRh8SK3MrcAhXR6lMKHYJjAq0Q6AEIMzAD#v=onepage&q=Departamento%20de%20lavander%C3%ADa&f=false>
- Fernández, S. C. (2013). *Proceso de gestión de calidad en hostelería y turismo*. España. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=vaFQAqAAQBAJ&pg=PA79&dq=HOTELQUAL&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiz0bb5vdbcAhUxx1kKHc0PB1YQ6AEINzAD#v=onepage&q=HOTELQUAL&f=false>

Gallego, J. F. (2012). *Gestión de alimentos y bebidas para hoteles, bares y restaurantes*. España. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=FpA0qUy1NjcC&printsec=frontcover&dq=Instalaciones+de+un+hotel&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiokZCRz9bcAhXDwFkKHZ4OB10Q6AEINjAD#v=onepage&q=Organizaci%C3%B3n&f=false>

Gonzales. (2003). *Clasificación de hoteles*. Argentina: Trébol.

Hoyos, A. M. (2008). *Determinación del nivel de satisfacción de los clientes del hotel Bolívar plaza de la ciudad de Armenia (Tesis de grado)*. Universidad Tecnológica De Pereira, Armenia. Obtenido de <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/1535/658812S669.pdf>

Lovelock, C., Y Wirtz, J. (2009). *Marketing de Servicios, personal, tecnología y estrategia*. México: Pearson Educación. Recuperado el 12 de 06 de 2018, de <https://decisiondelconsumidor.files.wordpress.com/2017/07/marketing-de-servicios-christopher-lovelock.pdf>

Martínez, J. L. (2004). *Drección de alimentos y bebidas en hoteles*. Mexico D.F. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=348vk7FJ6iwC&pg=PA115&dq=Instalaciones+de+un+hotel&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiokZCRz9bcAhXDwFkKHZ4OB10Q6AEIMDAC#v=onepage&q=Instalaciones%20&f=false>

Mazón, T. (2013). *Desde el vestíbulo de un hotel*. San Vicente. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=-146OZnA5bcC&pg=PA17&dq=vest%C3%ADbulo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwihhJqv_9bcAhUCx1kKHVIKBYVYQ6AEILDAB#v=onepage&q=vest%C3%ADbulo&f=false

Mincetur. (26 de 03 de 2004). *Mincetur. Reglamento de Establecimientos de Hospedaje*. Obtenido de Mincetur. Reglamento de Establecimientos de Hospedaje:

http://www.cenfotur.edu.pe/documentos/regl_establecimientososhospedaje2004.pdf

Mincetur. (24 de 11 de 2014). *Ministerio de comercio Exterior y Turismo. 24 de 11 de 2014. Aprueban el reglamento de establecimientos de Hospedaje N° 2014 - MINCETUR*. Obtenido de Ministerio de comercio Exterior y Turismo. 24 de 11 de 2014. Aprueban el reglamento de establecimientos de Hospedaje N° 2014 - MINCETUR.: www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/transparencia/proyectos%20resoluciones/Reglamento_Establecimiento_Hospedaje_2014_reglamento.pdf

Mincetur, M. d. (2013). *Promperu*. Obtenido de Promperu: http://repositorio.promperu.gob.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/184/Guia_06_Competitividad_2014_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Patilla, L. (12 de Septiembre de 2013). *Así están las instalaciones del Hotel Amazonas (Fotos)*. Obtenido de <https://www.lapatilla.com/2013/09/12/asi-están-las-instalaciones-del-hotel-amazonas-fotos/>

Pereyra, S. (2006). *Informática Hotelera*. Buenos Aires. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=iIFZ4v9YxqgC&pg=PA34&dq=Departamento+de+reservaciones&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjBy-Cs1crcAhVS7FMKHZdGBPcQ6AEIJjAA#v=onepage&q&f=false>

Propia, M. E. (24 de 09 de 2016). *MEP*. Obtenido de Mi Empresa Propia: <https://mep.pe/remype-registro-de-la-micro-y-pequena-empresa/>

República, L. (Marzo de 2012). *Indecopi multó a hotel tacneño por discriminar a pareja homosexual*. Obtenido de <https://larepublica.pe/archivo/719303-indecopi-multo-a-hotel-tacneno-por-discriminar-a-pareja-homosexual>

- RPP Noticias. (04 de 11 de 2015). RPP Noticias. *Áncash: directores denuncian a hotel 'Condado' por mala atención*. Obtenido de RPP Noticias: <http://rpp.pe/peru/actualidad/ancash-directores-denuncian-a-hotel-condado-por-mala-atencion-noticia-739441>
- Salgado, O. F. (2010). *Evaluación de la Calidad del Servicio Turístico en las Empresas de Alojamiento del Balneario Las Peñitas – Poneloya, León – Nicaragua. (Tesis de pregrado)*. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Nicaragua. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011e/1091/index.htm>
- Sierra, B., Falces, C., Briñol, P., y Becerra, A. (2008). *Hotelqual para medir la calidad percibida en servicios de alojamiento*. España.
- Silvestre, J. P. (2013). *competitiva, Especialización en dirección y gestión de marketing y estrategia*. Buenos Aires. Obtenido de http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tpos/1502-0847_SilvestreJP.pdf
- Suárez, L. C. (16 de 01 de 2017). Hotelqual: La Gestión de la Calidad. *INESEM*. Obtenido de <https://revistadigital.inesem.es/gestion-empresarial/hotelqual-calidad-hotelera/>
- Sunat. (28 de 02 de 2016). *Sunat*. Obtenido de Sunat: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/dl-1086.pdf>
- Sunat. (28 de 02 de 2017). *Emprender Sunat*. Obtenido de Emprender Sunat: <http://emprender.sunat.gob.pe/que-beneficios-tengo>
- Tello, T. M. (2007). *Planeación Prospectiva una estrategia para el diseño del futuro*. México. Obtenido de [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/124EE685AE A872BF05257E88000D98AB/\\$FILE/PLANEACION_PROSPECTIVA_MIKLOS_Y_TELLO_COMPLETO.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/124EE685AE A872BF05257E88000D98AB/$FILE/PLANEACION_PROSPECTIVA_MIKLOS_Y_TELLO_COMPLETO.pdf)

- Urenda, A. V. (2012). *Entorno de la hotelería y turismo*. México. Obtenido de http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Entorno_de_la_hoteleria_y_turismo.pdf
- Ureña, A. N. (2008). *Recepción hotelera y atención al cliente*. España. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=1Wm4T1K9ByEC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Vega, Y. G. (2014). *Caracterización de la calidad de servicio bajo el modelo Hotelqual en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro hoteles, campamentos y otros (hospedaje) en el distrito de Huaraz, 2014 (Tesis de pregrado)*. Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Huaraz. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/>
- Ventura Saucedo, P. D. (2008). *Propuesta de mejora en la calidad de servicio para el departamento de recepción en un hotel de gran turismo*. México.
- Ybañez, S. G. (2016). *El servicio de la calidad en los hoteles de tres estrellas del Centro Histórico de Trujillo, Provincia De Trujillo, Región la Libertad (Tesis de pregrado)*. Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo. Obtenido de <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/8368/PORTOCARRERO%20YBA%C3%91EZ%20STHEFANN%20GIANNI%28FILEminimizer%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Zeithaml, P. (2007). *Calidad total en la gestión de servicios*. Madrid: Díaz de Santos.

Anexos

Anexo N° 01

Reporte de las diferentes micro y pequeñas empresas MYPES del sector servicios del rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, 2016

| N° | Nombre Comercial | RUC | Vía | N vía | # | Tamaño |
|----|------------------|-------------|-----|-----------------|------|--------|
| 01 | EL TUMI | 20115635388 | JR | SAN MARTIN | 1121 | Micro |
| 02 | HOTEL LA JOYA | 20488387074 | JR. | SAN MARTIN | 1187 | Micro |
| 03 | GALAXIA | 20113478925 | JR. | JUAN DE LA CRUZ | 638 | Micro |
| 04 | HOTEL ALPAMAYO | 20530731821 | AV. | LUZURIAGA | 629 | Micro |
| 05 | HOTEL SANTA CRUZ | 20492891976 | JR. | GABINO URIBE | 255 | Micro |

Cientes por cada MYPE.

| N° | Nombre Comercial | N° de clientes |
|---------------------------|------------------|----------------|
| 01 | EL TUMI | 73 |
| 02 | HOTEL LA JOYA | 74 |
| 03 | GALAXIA | 75 |
| 04 | HOTEL ALPAMAYO | 73 |
| 05 | HOTEL SANTA CRUZ | 73 |
| TOTAL, DE CLIENTES | | 368 |

Anexo N° 02

Modelo de encuesta.



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

**CUESTIONARIO APLICADO A LOS CLIENTES DE LAS MYPES DEL
SECTOR SERVICIOS, RUBRO HOTELES DE TRES ESTRELLAS DEL
DISTRITO DE HUARAZ.**

El presente cuestionario tiene por finalidad recabar información de las MYPE del sector y rubro indicado anteriormente, la misma que servirá para desarrollar el trabajo de investigación denominado:

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL
MODELO HOTELQUAL EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
DEL SECTOR SERVICIOS DEL RUBRO HOTELES DE TRES
ESTRELLAS DEL DISTRITO DE HUARAZ, 2016.**

La información que usted proporcione será utilizada solo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece anticipadamente.

INSTRUCCIONES: Con una (x) indique su grado de:

| Total desacuerdo (1) | En desacuerdo (2) | Escasamente en desacuerdo (3) | Indiferente (4) | Escasamente de acuerdo (5) | De acuerdo (6) | Total de acuerdo (7) |
|-------------------------------------|----------------------------------|--|----------------------------|---|-------------------------------|---|
|-------------------------------------|----------------------------------|--|----------------------------|---|-------------------------------|---|

| I.- DATOS GENERALES | | | | | | | | |
|---|--|---|---|---|---|---|---|---|
| 1.- Edad a. 30 a 35 años b. 35 a 40 años c. 40 a 45 años d. 45 a 50 años 2.- Sexo a. Masculino b. Femenino | 3.- Grado de instrucción a. Primaria (completa) (incompleta) b. Secundaria (completa) (incompleta) c. Sup. No univ (completa) (incompleta) d. Sup. Univ (completa) (incompleta) | | | | | | | |
| II.- DE LA GESTIÓN DE CALIDAD | | | | | | | - | + |
| PREGUNTAS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| 1.- Usted considera, que esta empresa cuenta con personal competente y profesional. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| 2.- Considera usted, que en esta empresa se cuenta con personal capacitado para desempeñarse en su área. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| 3.- Usted cree, que en esta empresa se cuenta con personal confiable para animarse, hacer uso del servicio. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| 4.- Usted considera, que el personal de esta empresa es comprometido y honrado en la hora de realizar su trabajo. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| 5.- En esta empresa el personal muestra estar limpio y aseado. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| 6.- Usted cree, que en esta empresa el personal debe estar siempre bien presentable. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| 7.- Usted cree, que es importante que el equipamiento de esta empresa se encuentre siempre en buenas condiciones. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| 8.- Considera usted, que el superior de esta empresa exige a su personal que su equipamiento permanezca siempre en buenas condiciones. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| 9.- Usted considera, que esta empresa se preocupa por hacer que sus instalaciones sean siempre vistas como | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |

| | | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|---|---|
| confortables y acogedoras. | | | | | | | |
| 10.- Considera usted, que esta empresa siempre tiene instalaciones confortables y acogedoras. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 11.- Usted cree, que en esta empresa sus instalaciones son seguras. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 12.- Considera usted, que en esta empresa sus instalaciones permanecen siempre limpias y ordenadas. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 13.- Cree que en esta empresa sus trabajadores tienen discreción a la hora de realizar su trabajo. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 14.- Considera usted, que en esta empresa sus trabajadores manejan con discreción información confiable. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 15.- Usted cree, que en esta empresa los trabajadores resuelven sus problemas sin la ayuda de su superior. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 16.- Usted cree, que los trabajadores de esta empresa ayuden a su superior a solucionar los problemas que se presentan. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 17.- Cree usted que los trabajadores de esta empresa responden oportunamente a las labores asignadas. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 18.- Cree usted que los trabajadores de esta empresa actúan con rapidez frente a las necesidades o reclamos de los clientes. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |