



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

"EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL
HOTEL EL MURIQUE DE ZORRITOS, CONTRALMIRANTE
VILLAR DE LA CIUDAD DE TUMBES, UTILIZANDO
ESTÁNDARES DERIVADOS DE LAS BUENAS PRÁCTICAS,
EN EL AÑO 2018"

**TESIS PARA OPTAR GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADA
EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

AUTORA:

**YAHAIRA DEL PILAR CORNEJO GAMBOA ASESOR:
MGTR. LIC. ADM. JOSÉ FERNANDO ESCOBEDO GÁLVEZ.**

TUMBES – PERU

2018


HOJA DE FIRMA DEL JURADO



Mgtr. Lic. Adm. Víctor Hugo VILELA VARGAS



Mgtr. Lic. Adm. Víctor Helio PATIÑO NIÑO



Lic. Adm. Maritza Zelideth CHUMACERO ANCAJIMA



Mgtr. Lic. Adm. José Fernando ESCOBEDO GALVEZ

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios en primer lugar porque sin él no hubiera logrado nada, a mis padres por depositar la confianza en mí y apoyarme en todo incondicionalmente, a mis hermanos y todas las personas que hicieron posible que logre esta meta trazada.

También mi agradecimiento total a la empresa “El Murique” y a todo su personal por brindarme las facilidades para poder realizar esta investigación que tanto a ellos como a mí nos servirán de mucho.

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis padres Hector y Pilar que me apoyaron en todo tiempo y sé que lo seguirán haciendo, a mis hermanos Marvin y Edinson quienes fueron mi ejemplo a seguir.

A mis sobrinos Lucy, Samira y Matteo quienes fueron mi fortaleza para continuar ya que día a día me demuestran su amor y por ellos lograre todo lo trazado para brindarles lo que les haga falta.

Y a mi abuela Irma María que desde lo más alto siempre me protege y sé que es ella quien me envía señales de que puedo hacer todo lo que me proponga.

RESUMEN

La presente investigación, se basa principalmente en el objetivo general, el mismo que consiste en evaluar la calidad de servicio del hotel “El Murique” distrito Zorritos, Provincia Contralmirante Villar de la ciudad de Tumbes, en base al cumplimiento de los Estándares derivados de las buenas prácticas. Esta investigación fue tipo cuantitativo, de nivel descriptivo, con un diseño de caso

único transversal. La información que se muestra en la presente investigación fue recolectada a través de instrumentos y técnicas de investigación los mismos que fueron la observación, entrevista y encuestas. se aplicaron y utilizaron cinco guías de observación a fin de evaluar la calidad de servicio en base al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas, con relación a la gestión administrativa, el equipamiento y la infraestructura, la gestión del servicio, la gestión medioambiental y la gestión sociocultural. Como resultados generales se obtuvo que, el hotel “El Murique” cumple con el 74,00% de los estándares evaluados, lo que determina que la empresa brinda una buena calidad a sus clientes, sin embargo, también se observa que en muchos aspectos faltan mejorar como son en la gestión administrativa y la gestión socio cultural.

***Palabras clave:** calidad, buenas prácticas, Hotel.*

ABSTRACT

The present investigation is based mainly on the general objective, which is to evaluate the quality of service of the hotel "El Murique" Zorritos district, Province Contralmirante Villar of the city of Tumbes, based on compliance with the Standards derived from good practices. This research was qualitativequantitative, of descriptive level, with a unique transverse case design. The information shown in the present research was collected through research instruments and techniques such as observation, interview and surveys, five observation guides were used and used to assess the quality of service based on compliance with standards derived from good practices in relation to administrative management, equipment and infrastructure, management Service, environmental management and socio-cultural management. As a general result, the hotel "El Murique" complies with

74.00% of the standards evaluated, which determines that the company provides a good quality to its customers, however, it is also observed that in many aspects are missing Improve as they are in administrative management and socio-cultural management.

Key words: *Quality, good practices, hotel.*

INDICE

HOJA DE FIRMA DEL JURADO	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	i
i	iv
INTRODUCCIÓN	10
I.PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	18
1.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
1.1 CARACTERIZACIÓN DEL PROBLEMA	18
1.1.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA	23
1.2 OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.....	23
1.2.1 OBJETIVO GENERAL.....	23
1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	24
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	24
II.REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	26
2.1 ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN	26
2.2 BASES TEÓRICAS Y CONCEPTUALES.....	35
2.2.1 El servicio de hotelería.....	35
2.2.2 Características del servicio de hotelería.....	37
2.2.3 Clasificación de los establecimientos hoteleros.....	39

2.3. La calidad en el servicio de hotelería.....	48
2.3.1. Tipos de calidad	51
2.3.2. Evaluación de la calidad del servicio de hotelería	52
2.4. Marco normativo y estándares de calidad de los servicios de alojamiento.....	55
2.4.1. Marco Normativo de las empresas de nivel nacional	56
2.4.2. Estándares de calidad en el servicio de alojamiento	61
2.5. Las buenas prácticas en el servicio de alojamiento.....	64
2.5.1. Beneficios de las buenas prácticas	66
2.5.2. Características de las buenas prácticas	67
2.5.3. Estándares en el servicio de alojamiento derivados de las buenas prácticas	68
III.HIPÓTESIS.....	140
IV. METODOLOGÍA.....	141
4.1. Diseño de la investigación	141
4.2. Caso	141
4.3. Definición de las variables.....	142
4.4. Población y muestra.....	159
4.5. Técnicas e instrumentos	160
4.6 Plan de Análisis	161
4.7.Matriz de Consistencia	162
4.8 PRINCIPIOS ÉTICOS	165
V. RESULTADOS.....	166
5.1. Resultados	166
5.2 Análisis de resultados	193
VI. CONCLUSIONES	198

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	209
ANEXOS	217
ANEXO 01: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	217
ANEXO 02: PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO	218
ANEXO 03: ENCUESTA.....	219
ANEXO 04: VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO.....	241
ABSTRACT	

i

INDICE DE TABLAS

Tabla 01: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión administrativa en el hotel “El Murique” de Zorritos, Contralmirante Villar de la ciudad de Tumbes, en el año 2018.	164
Tabla 02: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al equipamiento e infraestructura en el hotel “El Murique” de Zorritos, Contralmirante Villar de la ciudad de Tumbes, en el año 2018.	170
Tabla 03: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión del servicio en el hotel “El Murique” de Zorritos, Contralmirante Villar de la ciudad de Tumbes, en el año 2018	177
Tabla 04: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión medio ambiental en el hotel “El Murique” de Zorritos, Contralmirante Villar de la ciudad de Tumbes, en el año 2018	185
Tabla 05: cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión sociocultural en el hotel “El Murique” de Zorritos, Contralmirante Villar de la ciudad de Tumbes, en el año 2018	189

Tabla 06: cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en el hotel “el Murique” de Zorritos, Contralmirante Villar de la ciudad de Tumbes, en el año 2018	191
---	-----

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo denominado **"Evaluación de la calidad del servicio del hotel El Murique de Zorritos, Contralmirante Villar de la ciudad de Tumbes, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2018"**, la presente investigación proviene de las líneas que han sido asignadas por la Escuela Profesional de Administración Turística.

El Estado hoy en día viene promoviendo el conocimiento y aplicación de las buenas prácticas como una estrategia para alcanzar la calidad en los servicios turísticos, siendo las empresas de alojamiento quienes brindan sus servicios a una demanda cada día más exigente y en un mercado competitivo, se hace necesaria la evaluación de la calidad para que luego de la información obtenida se puedan desarrollar estrategias con el fin de implementarlas y de ese modo lograr un mejor desempeño empresarial, generando una mayor satisfacción de la demanda, mejores resultados financieros, competitividad en el mercado y además contribuir a consolidar la imagen del destino turístico.

El crecimiento del turismo en la última década, se ve reflejado en el incremento de la demanda de servicios turísticos, siendo uno de ellos el servicio de hospedaje, lo que pone de manifiesto la gran importancia de dichas empresas para el desarrollo de un país, generando impactos económicos, sociales, culturales y ambientales (Consejo Mundial de Viajes y Turismo de la OMT, 2007).

El servicio de alojamiento forma parte esencial de la planta turística o sector productivo de la actividad turística; siendo indispensable para el desenvolvimiento de algunas actividades, porque logra hacer posible la estancia turística en las ciudades turísticas y la práctica de las diversas actividades que han motivado su traslado.

Las empresas hoteleras además de brindar el servicio de alojamiento, también pueden incluir servicios de alimentación, diversión, eventos y otros con la finalidad de darle un valor agregado a la demanda y hacer mucho más atractiva su oferta. Antiguamente las empresas dedicadas a brindar este servicio, se limitaban únicamente a ofrecer un lugar donde pasar la noche, donde los huéspedes tenían a disposición muy pocos servicios e inclusive aquellos básicos como es el caso de la limpieza y la seguridad no estaban presentes; en la actualidad la competencia es tal que obliga a los empresarios a innovar constantemente su oferta de servicios.

Según un informe de la Organización Mundial de Turismo – OMT (2007), en la actualidad existen a nivel mundial alrededor de 125 000 hoteles, la mayoría de los cuales se ubican en las principales ciudades del mundo, especialmente en el continente Europeo y Norte americano, entre las que tenemos a Los Ángeles, Nueva York, Londres y Paris, todos los hoteles son de alcance global recibiendo a miles de visitantes a diario, ya sea por placer o por negocios.

En Perú el **Aspecto Político**, *Estabilidad política*: La estabilidad que constituye elemento indispensable para logara el crecimiento económico y la atracción de inversión privada necesarios para seguir luchando contra la pobreza e impulsar la generación de oportunidades para todos los peruanos; en ese sentido, se invocaron a las fuerzas políticas a centrarse en impulsar las reformas legales e institucionales que urgen para el aceleramiento en el crecimiento económico, ejecutar mayores niveles de inversión, aumentar flujos de comercio exterior, así como generar mayores puestos de empleo. COMEXPERU (2018).

Tendencias Electorales: El Jurado Nacional de Elecciones difundió un comunicado en el cual garantiza el natural desarrollo de las elecciones municipales y regionales que se realizarán en octubre del presente año; en el informe emitido, detalló que con el propósito de garantizar la legalidad del proceso electoral, han venido realizando permanentes operativos para velar por el cumplimiento de la normativa electoral a través de sus Dirección de Fiscalización; por último, el JNE informó que en el marco del artículo 74° de la Ley Orgánica de Elecciones invitará a los representantes del Registro Nacional de Identificación y Estado Civil (RENIEC) y de la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) para conversar respecto a las labores que cada uno de estas instituciones realizarán para que el próximo proceso electoral se realice en las mejores condiciones posibles. Diario El Comercio (2018).

Referente a los **factores económicos**. *Situación Económica*

Actual: La economía peruana en febrero de este año se incrementó en 2.86%, al compararlo con similar mes del 2017 (0.83%), siendo la mayor expansión en el último cuatrimestre u contabilizando 103 meses de crecimiento continuo, informó hoy el Instituto Nacional de estadística e Informática (INEI); la entidad indicó que la producción nacional en el primer bimestre se incrementó en 2.83% y en los últimos 12 meses lo hizo en 2.49%; este resultados se sustentó en la evolución positiva de la demanda externa de productos no tradicionales (25.79%), como los pesqueros, agropecuarios, químicos, siderometalúrgicos, metalmecánicos y textiles, así como la exportación del zinc, hierro, molibdeno, petróleo, café y azúcar. Además contribuyó la recuperación de la demanda interna asociada a la mayor importación de bienes de consumo no duradero (10.42%), las ventas minoristas (2.66%) y los créditos de consumo (5.18%). Agencia Andina (2018).

IGV: Las micro y pequeñas empresa (MYPES) que facturan en un año hasta 1.700 UIT (S/ 6 millones 885 mil) tendrán una prórroga de tres meses para pagar su Impuesto General a las Ventas (IGV), contando a partir del primer miércoles de marzo. De esta manera el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) aprobó mediante Decreto Supremo la incorporación del numeral 3 del artículo 8° del Reglamento de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo. La disposición es conocida como el IGV Justo. Se precisa que las MYPES pueden acogerse a la prórroga del plazo, en la fecha original del pago del impuesto, con la presentación de la declaración jurada mensual. Sin embargo el IGV Justo permite 90 días calendarios adicionales

como fecha límite de regularización, desde el día anterior a la fecha de acogimiento. Bessombes (2017)

Los factores socio culturales *Distribución de los Ingresos:* El Perú los últimos años ha tenido una ligera mejora, de 0.50 (2007) a 0.44 (2014), pero aún el coeficiente es alto reflejando elevada inequidad en la distribución de los ingresos, que determina la urgencia para algunos de reducirla, pues aducen que pocos se llevan un porcentaje alto de los ingresos, mientras la mayoría accede a un porcentaje menor. Frente a esta posición es relevante calificar lo que esto determina y, por tanto, la prioridad que debe tener en el diseño de la política económica. Puede darse el caso de un país desarrollado, del primer mundo, sin pobreza extrema y mínima pobreza global y un ingreso per cápita alto, que tenga un Gini similar al peruano, como es la situación de EE.UU. con un Gini de 0.41, a la par con el caso nuestro, que tenemos cerca de 23% de la población en pobreza (7 millones de personas), con poco más de 4% en condiciones de pobreza extrema (1.3 millones) y con un ingreso per cápita que representa un tercio del mínimo de un país del primer mundo. En ese contexto, se torna prioritario para el país desarrollado propender a reducir la inequidad (entre “ricos”), mientras para el Perú lo relevante es reducir primero la pobreza, eliminar la extrema y subir los ingresos, para lo cual lo prioritario es crecer a tasa alta de manera sostenida, pues no tiene sentido buscar mayor equidad a este nivel (entre “pobres”). Más aún, puede que al inicio en un país como el Perú ello conlleve, como dice el economista Kuznets, a mayor inequidad, pues los agentes económicos de altos ingresos pueden optimizar la mayor

dinámica económica mientras el resto deja la condición de pobre o inicia un alza progresiva de sus ingresos. Lo relevante al final es obtener la meta de eliminar la pobreza extrema, reducir la pobreza global e incrementar el ingreso per cápita, para luego en este escenario distinto buscar progresivamente mayor equidad. Peñaranda (2016).

Gasto Medio de las Familias: “La tasa de crecimiento del empleo formal este año fue de 0,9% cuando años anteriores era de 4% hasta el 5%. Estos indicadores no calientan la economía peruana y por lo tanto no se siente en la familia peruana”. Si bien todos los estratos socioeconómicos se vieron afectados, el que se vio más golpeado por esta realidad fue la clase media. “La clase media emergente tenía una tasa de crecimiento de 3% y en el último año ha visto un crecimiento de 1%”. Asimismo, el interior del país el que en el 2016 ha sufrido una desaceleración en el ingreso per cápita. “Efectivamente hubo una diferencia entre Lima y Provincias. En Lima los ingresos crecieron ligeramente a una tasa de 1,2% en el caso del ingreso per cápita, pero en regiones cayeron 0,4%. Si bien como país no hemos crecido, sí vemos estas diferencias”. El especialista señaló que estos bajos indicadores representaron también un enfriamiento en el desempeño de algunos mercados que se encuentran vinculados al consumo. Principalmente, “Las ventas en el 2015 crecieron un 1,5% y en el primer trimestre de este año fue similar. Otro es el de comunicaciones que creció el año pasado a 5% y este año en 3,4%. Vehículos ligeros tuvo una caída de 3,6% en ventas”. Estos indicadores económicos deberán ser considerados por las empresas peruanas en el futuro ya que se convierten en retos para sus

planes de expansión y crecimiento. “Este es un año duro por los resultados de los mercados. Los ejecutivos sufren porque se establecen metas comerciales y no llegan a cumplirlas. Pero, si no se toman las medidas en su momento y llega la recuperación económica, otro sabrá aprovecharla”. Alburquerque (2016).

Respecto al **factor tecnológico** Nuevos materiales están sustituyendo a los tradicionales; nuevas formas de comunicación aparecen cotidianamente; los equipos electrónicos y de cómputo se han vuelto de uso común; en los procesos para transformar las materias primas en productos; en los sistemas de facturación y de cobro; en la forma de ofrecer los servicios. Es necesario estar enterado de estos cambios y evaluar la posibilidad de introducirlos al negocio. Cuando las redes sociales llegaron a nuestra vidas, se convirtieron en una gran herramienta de marketing potentísima, por lo que ahora estamos viendo empresas que están contratando personal especializado e invirtiendo muchos recursos para mantenerse al día en las principales redes sociales (Facebook, twitter,...). Las redes sociales pueden ayudar a las empresas en el mercado mediante la comunicación de las últimas noticias. (Anónimo, 2014)

Respecto al **factor ecológico**, uno de los aspectos éticos que más ha impactado en la conciencia social son todos los comportamientos que hacen referencia a la conservación del medioambiente y de los recursos naturales del planeta. En este sentido los restauradores ya están aplicando sistemas de discriminación de residuos enfocados a facilitar el reciclaje. También

está siendo duramente perseguida la comercialización de platos realizados con animales que están protegidos, como es el caso de peces que no han alcanzado un cierto tamaño. (Ortiz, 2009)

Dentro del **factor legislativo**, en el Texto Único Ordenado, aprobado mediante el D.S. N° 013-2013-PRODUCE. Las MYPEs constituyen uno de los principales motores de la actividad económica, y han incrementado su participación en los diferentes sectores productivos de la economía en los últimos años, incitando al crecimiento y desarrollo del país. Es por ello que las instituciones bancarias, hoy en día, han volcado la mirada a estas pequeñas unidades económicas y las ven rentables en cuanto al financiamiento de crédito, a pesar del alto riesgo que conlleva dicha acción. En ese sentido se han integrado las leyes N° 28015 Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, el Decreto.

I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 CARACTERIZACIÓN DEL PROBLEMA

Las inversiones que se dan en el sector hotelero en el Perú ascendieron a mil 500 millones de dólares hasta el 2016 y generarán 50 mil nuevos empleos, afirmó el presidente de la Cámara Nacional de Turismo CANATUR (2013), Carlos Canales.

Con relación a la calidad del servicio de estas empresas, según informes oficiales hoy por hoy se puede considerar que el servicio de hoteles de tres estrellas presenta una mejoría, porque por un lado los empresarios buscan satisfacer a las exigencias de los turistas extranjeros y nacionales que cada vez son más altas y por otro el Estado viene trabajando de mano de las empresas para garantizar que el servicio se preste respetando estándares internacionales.

En el Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR (2008), se presenta un conjunto de debilidades del producto en los servicios hoteleros, como escaso número y variedad en la oferta de alojamientos, falta de fiscalización por los órganos encargados, concentración de la oferta turistas en el sur del país, pocas alianzas en este sector, falta innovación en la conformación de la oferta turística; siendo el 90% pequeñas empresas quienes brindan el servicio turístico las mismas que se basan en un nivel tecnológico muy bajo al igual que la inversión. Esta

situación se agrava más cuando las concentraciones de los alojamientos turísticos solo se encuentran en determinados núcleos de población en el país, donde campea la poca mano de obra calificada, y la falta de responsabilidad social empresarial que agudizan la situación existente en los servicios de alojamiento en el país.

Cabe resaltar que las buenas prácticas redundan en el beneficio tanto del empresario, de los clientes, del medio ambiente y de la sociedad en general, por lo cual las razones para su implantación en las empresas hoteleras quedan suficientemente justificadas.

Los establecimientos de hospedaje realizan múltiples funciones administrativa, por ende, deben de cumplir como requisito mínimo las buenas prácticas para garantizar un servicio de calidad realizando planes de acción anualmente, actualizando organigramas en función a las necesidades de la empresa, actualizar documentos, capacitar a los colaboradores, entre otros de vital importancia.

Con respecto a la gestión de servicio hoy en día los establecimientos de hospedaje cuentan con profesionales capacitados para cumplir las exigencias de los clientes las mismas que desean ser complacidas con calidad y eficientemente, es así que la preocupación por innovar en las distintas empresas turísticas se viene considerando como una práctica muy importante a la hora de la prestación del servicio y a que enmarca a todo lo tangible e intangible.

Las buenas prácticas conllevan a la mejora continua de los servicios que se brindan día a día, aplicando parámetros de calidad y lograr productividad y la satisfacción del cliente.

Existen establecimientos de hospedaje con o sin oferta de categorización las cuales requieren mejora de calidad del servicio en coordinación con su gestión ambiental. sabiendo que todas las actividades humanas generan impacto sobre el ambiente, el establecimiento de hospedaje no se salva de producir impactos ambientales negativos siendo la mayoría que causan pérdidas económicas para el establecimiento y a la vez daños irreparables a las poblaciones aledañas como la falta de manejo de residuos y tratamiento de aguas servidas un uso inadecuado de la energía y agua y el daño que profundiza es la construcción de la infraestructura en una área ambiental vulnerable que poco se toma en cuenta las consecuencias futuras.

Por consiguiente, la mejora del medio ambiental está en los miembros del establecimiento ejecutar las buenas prácticas ambientales con una política ambiental del sector turismo, es decir con una capacitación continua del personal y así lograr una sostenibilidad turística.

Las buenas prácticas socioculturales son de gran importancia por contribuir al desarrollo de oferta con elementos culturales, bienestar de la comunidad y protección del patrimonio histórico – cultural. Es importante saber cómo minimizar cualquier efecto negativo que el desarrollo turístico

podiera generar en sus hábitos culturales y maximizar los beneficios que el turismo pudiera aportar a los mismos y a su localidad para velar por su correcto desarrollo turístico, los establecimientos deben informar a los turistas acerca de los derechos, valores, tradiciones y costumbre, educar y sensibilizar al personal sobre el valor de la cultura.

Quien brinda el servicio de alojamiento tiene el deber de buscar la forma de disminuir los impactos sociales negativos.

La buena práctica en los establecimientos de hospedaje conlleva a un mejor servicio y no encontrar respuestas de “no – calidad” por parte del cliente.

Los establecimientos de hospedaje hoy en día cuentan con una infraestructura y equipamiento de acorde a las exigencias del cliente, quien desea ser atendido con calidad; el establecimiento de hospedaje cuenta con ambientes exclusivos por área como recepción, reservas, áreas públicas, entre otros; y estas cuentan con insumos de buena calidad para la satisfacción del cliente como el registro del huésped, el espacio suficiente para interactuar con el cliente, folletos de información turística, y con señales de seguridad y primeros auxilios. De este modo va a elevar la calidad del servicio dirigido al cliente ya que estos aportan a colmar las expectativas del cliente.

Según MINCETUR (2014) En el año 2014, la llegada del turista internacional en el Perú fue 3.214.934 turistas, quienes ocuparon el servicio de alojamiento en sus diferentes tipos y categorías. Las

proyecciones son bastante optimistas e indican que la tendencia de crecimiento de la demanda turística continuará en los próximos años, lo cual exige a las empresas hoteleras cumplir con ciertos estándares de calidad permitiendo satisfacer a la demanda y contribuir a la imagen positiva del destino turístico.

El tipo de alojamiento utilizado por los turistas extranjeros durante su visita al Perú, es de acuerdo a la elección del tipo de alojamiento está estrechamente relacionada con el motivo principal de viaje. Así tenemos que los vacacionistas eligen alojamientos más económicos (hoteles de 1, 2 y 3 estrellas), mientras que los turistas de negocios optan por hoteles más costosos (4 y 5 estrellas) al igual que los turistas que visitan el Perú para asistir a seminarios y convenciones; en este segmento, se ha dado un importante incremento en el porcentaje de turistas que se hospedan en hoteles de 4 ó 5 estrella. (Promperú, 2013)

Tumbes es una zona turística por excelencia, atrayendo cada año a una gran cantidad de turistas tanto nacionales como extranjeros, quienes hacen uso del servicio de alojamiento en sus distintos tipos y categorías; y como ya se mencionó, la demanda de hoy en día es más exigente, lo que obliga a las empresas hoteleras a adoptar medidas para mejorar su calidad.

Si bien es cierto se observa que en los últimos quince años habido una mejoría de la calidad de los servicios turísticos, esto debido a la generación de nuevas empresas hoteleras, algunas de ellas de inversiones extranjeras, lo que representa infraestructura nueva y moderna, pero es

frecuente observar deficiencias en la prestación del servicio, incumplimiento de la normatividad y limitada productividad. Siendo Tumbes una zona que atrae tanto a segmentos del turismo interno como de turismo extranjero, se convierte en una necesidad el que las empresas de alojamiento tengan el conocimiento y apliquen estándares de las buenas prácticas con lo cual se estaría mejorando notablemente la calidad del servicio.

El hotel El Murique es un hotel de dos estrellas con una ubicación estratégica, siendo uno de los más frecuentados tanto por turistas extranjeros y familias completas nacionales; la empresa viene implementando una serie de medidas relacionadas con las buenas prácticas, siendo necesario hacer una evaluación basada en su cumplimiento.

1.1.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

¿Cuál es la calidad del servicio del hotel El Murique de Zorritos, Contralmirante Villar de la ciudad de Tumbes, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas 2018?

1.2 OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

1.2.1 OBJETIVO GENERAL

□ Evaluar la calidad del servicio del hotel “El Murique” de Zorritos, Contralmirante Villar de la ciudad de Tumbes, en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2018.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión empresarial.
- Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de equipamiento e infraestructura.
- Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión del servicio.
- Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión medioambiental.
- Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión socio-cultural.

1.3 JUSTIFICACIÓN

En el campo de la justificación de la presente investigación, se justifica en lo práctico, por que utiliza mecanismos que permiten conocer y encaminar la calidad del servicio del hotel “El Murique” de Zorritos, Contralmirante Villar de la ciudad de Tumbes, en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas.

Se justifica teóricamente porque contiene una apertura de conocimiento de la calidad del servicio del hotel “El Murique” de Zorritos, Contralmirante Villar de la ciudad de Tumbes, en base al cumplimiento de los estándares.

Tiene una justificación metodológica, por la aplicación sistematizada del proceso de la investigación, encaminada a la detección de datos cuantitativos que determinan las características sin vulneración alguna, y se recogen los datos en un solo momento, en este caso en la calidad del servicio hotelero. (Batista, 2006).

Institucionalmente este estudio beneficiaría a la universidad, servirá de aporte para las bibliotecas constituyéndose que realicen las futuras generaciones de estudiantes, además permitirá a la MYPE el manejo del negocio motivándolo al cambio, para una mejor prestación de los servicios. (Batista, 2006).

Se justifica profesionalmente, en la medida en que me permitirá obtener el título profesional de licenciada en administración turística.

Se justifica por conveniencia porque permite conocer la realidad de la calidad del servicio hotelero promoviendo el fortalecimiento de los integrantes de la empresa hotelera.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN

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

de los colaboradores con responsabilidad para cumplir con los tiempos estimados.

Por consiguiente Noel y Serna (2017) en su investigación llamada “Gestión del talento humano y la calidad del servicio en hoteles tres estrellas del distrito de Zorritos - 2015”, para obtener el Grado de Licenciadas en Administración, de la Universidad Nacional de Tumbes y Facultad de Ciencias Económicas, donde tuvieron como objetivo determinar cómo es la gestión del talento humano y la calidad del servicio en hoteles tres estrellas del distrito de Zorritos 2015. Durante todo el proceso de investigación la muestra fue de 165 visitantes (turistas), 25 colaboradores (trabajadores) y 2 gerentes, siendo una investigación de tipo aplicada y nivel descriptivo, debido a que analiza y logra caracterizar el Talento Humano para determinar la incidencia en la calidad del servicio y aplicando la técnica del cuestionario, bajo la modalidad de encuestas directas a los gerentes y trabajadores respecto de la Gestión del Talento Humano y a los clientes para medir el nivel de satisfacción en la calidad del servicio. De los resultados obtenidos, resaltaron que la gestión del talento humano es un factor crítico a la hora de mantener una ventaja competitiva y tener éxito en el mercado; por lo que se recomienda generar un reclutamiento interno, practicar una comunicación abierta y participativa y una atención adecuada a las necesidades más personales del talento humano.

Así mismo para Navarrete E., Pupuche C. y Villalobos P. (2017).

En su investigación denominada “Calidad en las Empresas del Sector Hotelero de la Región Lambayeque” Para obtener el Grado de Magíster en Administración Estratégica De Empresas otorgado por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Para investigar utilizaron, como guía el modelo TQM (Total Quality Management) desarrollado por Benzaquen (2013b), con el propósito de medir el nivel de calidad en las empresas del Sector Hotelero en el Departamento de Lambayeque, e identificando el nivel de cumplimiento en cada uno de los nueve factores de éxito a través de un cuestionario de 35 preguntas acerca de la implementación del TQM. El cuestionario se aplicó a gerentes y representantes de atención al cliente, en una muestra de 146 hoteles con clasificación de entre 3 a 5 estrellas, y utilizándose el programa estadístico SPSS para el análisis de los datos. La confiabilidad de las preguntas del cuestionario se realizó calculando el coeficiente Alpha de Cronbach. Los resultados permitieron contrastar el propósito de esta investigación a través de la medición del cumplimiento de los factores de éxito del TQM, pudiendo identificarse un alto desempeño de los nueve factores de calidad, mostrando a su vez que solo los hoteles Costa del Sol, Casa Andina y Los Portales, presentaron acreditaciones altas de calidad y que en la actualidad han permitido encaminar su proceso de certificación. Se puede referenciar, que las empresas del Sector Hotelero en el Departamento de Lambayeque no cuentan con un sistema de gestión de calidad certificado, pero es importante destacar que la evaluación del nivel de cumplimiento brinda resultados que facilitarían la implementación del mismo.

Para C. y Susan S. (2016), en su investigación sobre “Evaluación en la calidad de servicio y satisfacción del cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la Ciudad de Abancay”, donde el principal objetivo de su investigación es analizar las variables de la calidad de servicio que influyen en la satisfacción al cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay. Para medir las variables de la calidad de servicio, se recolectó la data utilizando un cuestionario del modelo SERVPERF, que fue adaptado según al contexto; constó de 20 ítems, y un ítem para medir la satisfacción al cliente. Se encuestó a 431 turistas nacionales y extranjeros que se hospedaron en los hoteles de dos y tres estrellas. Luego, se analizó la data con el programa estadístico SPSS, donde se utilizó el análisis factorial, análisis de fiabilidad, estadística descriptiva y estadística inferencial. De los 431 encuestados, el 43.4% fueron a los hoteles de 2 estrellas y 56.6% al de 3 estrellas. El 34.6% de los encuestados son mujeres y el 65.4%, varones. Así también, a través del análisis factorial se identificó tres variables de la calidad de servicio: “elementos tangibles”, “capacidad de respuesta” y “empatía”; de los cuales influyeron en la satisfacción al cliente.

Según Ramos K. y Romero J. (2016). en su investigación titulada “Diseño de un plan de servicio para una mejor gestión competitiva en las empresas hoteleras de la región de Tumbes- 2016” para optar el grado de Licenciados en Administración de la Universidad Nacional de Tumbes, donde tuvieron como objetivo general diseñar un plan de servicios para mejorar la gestión competitiva en las empresas hoteleras de la región

Tumbes, el tipo de Estudio fue Descriptiva-Explicativa, el universo de la investigación estuvo constituido por las 93 empresas hoteleras formales en la Región de Tumbes las técnicas e instrumentos de recolección de datos fueron la entrevista, la encuesta y la observación donde concluyeron que: existen empresas hoteleras que operan sin contar con un plan que les sirva de guía a fin de poder desarrollarse empresarialmente, teniendo en cuenta la alta competitividad de este sector, algunos propietarios de las empresas hoteleras no están acordes con el avance de la tecnología por lo que mantienen una pobre comunicación, no solo con el personal de la empresa sino con sus clientes, muchas de las empresas hoteleras no capacitan a su personal en lo que respecta a la atención al cliente, lo que implicaría un cliente insatisfecho y la falta de motivación y la delegación de responsabilidades al personal en toda empresa no permiten que el personal logre los objetivos de la empresa.

Por consiguiente, Cueva (2015) en su investigación denominada “Evaluación de la calidad percibida por los clientes del Hotel Los Portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones”, Piura, mostro empíricamente la aplicación del modelo SERVQUAL y el análisis de los resultados obtenidos. Para ello, se eligió al hotel de gran reconocimiento “Los Portales”, en donde se aplicó una encuesta a los huéspedes durante tres semanas a lo que se obtuvo un grado de respuesta alto, aunque algunos clientes expresaron su incomodidad por la longitud del cuestionario. A partir de estas encuestas se puede describir que los huéspedes buscan la seguridad y tranquilidad en primer lugar cuando

deciden alojarse en un hotel, una buena infraestructura, sistemas informáticos actualizados, ubicación del establecimiento, los tipos de reservas con los que cuentan, la empatía del personal y su desempeño en el servicio, tiempo que tarda el proceso de check in y check out, al final concluye que los huéspedes peruanos son más exigentes en promedio que aquellos clientes extranjeros, que las personas que visitaban por primera vez el hotel resultaron estar muy satisfechas con el servicio brindado. Así mismo manifiesta que los resultados que se obtuvieron fueron útiles no sólo para la toma de decisiones, sino que servirán como parámetro para asignar valores económicos a la calidad o no-calidad del servicio y determinar así el impacto que tiene en la rentabilidad de la empresa.

Según Dioses (2014). En su investigación “Evaluación de la calidad del servicio del hotel “Boulevard”, de la provincia de Zarumilla, departamento de Tumbes, utilizando estándares de las buenas prácticas, durante el año 2014”, para optar el grado de Licenciada en Admiración turística de la facultad de Ciencias Contables Administrativas y Financieras de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, investigación que tuvo como objetivo general evaluar la calidad del servicio del hotel “Boulevard” de la ciudad de Zarumilla, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas. La investigación fue de tipo cualitativo cuantitativo, de nivel descriptivo, con un diseño de caso único transversal. La información presentada referente al Hotel “Boulevard” fue obtenida a través de técnicas e instrumentos de investigación como la observación y la entrevista y la aplicación de cuestionarios. La recolección

de datos se dio en tres etapas: La primera consistió en la entrevista a la gerente general de la empresa, quien proporcionó datos respecto a la historia, organización, oferta y demanda de la empresa; en la segunda etapa, se aplicaron los cuestionarios a todo el personal de la empresa con el fin de obtener un perfil del personal; y en la tercera etapa, se aplicaron cinco guías de observación con el fin de evaluar la calidad de servicio en base al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas, referidos a la gestión administrativa, el equipamiento y la infraestructura, la gestión del servicio, la gestión medioambiental y la gestión sociocultural. El Hotel “Boulevard” es una empresa sólida con 11 años en el mercado, orientado al alojamiento de turistas tanto nacionales como extranjeros; con relación al perfil del personal se ha determinado que éste no cuenta con una preparación formal, pero la empresa lleva a cabo estrategias como capacitaciones para garantizar un buen servicio. Los resultados obtenidos en la investigación mostraron que en términos generales, el “Boulevard” cumple con el 95,01% de los estándares evaluados, lo que hace que la calidad que la empresa brinda a sus clientes sea buena, sin embargo existen muchos aspectos por mejorar en la gestión administrativa, la gestión medioambiental y socio cultural.

Seguidamente Palacios (2014). En su investigación “Evaluación de la calidad de servicio percibida en los establecimientos hoteleros de Quibdó”. Donde el propósito de su investigación fue conocer la percepción del cliente de la calidad del servicio en los hoteles de la ciudad de Quibdó, utilizando SERVPERF como escala de medida. La investigación se divide

en cuatro secciones: 1. Conceptualización de la calidad percibida del servicio, escalas de medición 2. Medición de la calidad de servicio en hoteles, 3. Metodología, 4. Análisis de la escala y los resultados obtenidos, donde se presentan las evidencias de la fiabilidad y validez del constructo. Y finalmente concluye que En primer lugar se logra el cumplimiento de los objetivos propuestos orientados a determinar el concepto de calidad percibida del servicio y caracterizar los diferentes enfoques y aplicaciones del mismo; logra conocer la percepción de calidad del servicio ofrecido, por los principales establecimientos hoteleros en Quibdó y Analiza e interpreta la percepción de la calidad de los servicios hoteleros en Quibdó. El desarrollo de este trabajo llevo a reconocer que la Evaluación de la calidad percibida de los servicios ofrecidos al consumidor es necesaria y de gran importancia, para que las empresas hoteleras alcancen un desempeño cada vez superior, estableciendo políticas, estrategias y tácticas para conseguirlo, a partir de la retroalimentación que reciben de sus clientes, que la evaluación de la calidad percibida de servicio, indudablemente entrega elementos e insumos importantes a las empresas hoteleras a través de todas sus dimensiones o variables de estudio, que las puede conducir a tomar decisiones sobre la realización de esfuerzos para prestar una atención diferenciadora a los aspectos que arrojen una percepción deficiente por parte de los usuarios y potenciar las que tengan un mejor performance.

Finalmente, Jiménez, Vidal Y Polanco (2011) Realizaron la investigación calificada “Diagnóstico del sistema de gestión de calidad en

el hotel Las Tunas de la cadena Islazul de Cuba”. Que se basó en el estudio completo de la realidad, contando con la colaboración del directivo del establecimiento, también con los trabajadores del hotel; se utilizó un manual fabricado a través de las normas ISO 9001 y 9004 del 2000, utilizándose mediante la encuesta, la entrevista, la observación directa y el estudio de papeles. La investigación finaliza en que el SGC impulsa la ejecución ordenada de tareas que se reconocen, determinan y dirigen los procesos que añaden el valor aportado. Luego de aplicar la metodología y conforme los resultados conseguidos se llegaron a la conclusión que el Hotel Las Tunas no aplica la calidad eficazmente y la gran parte de las dificultades que hay existen por lo siguiente: No hay un método de gestión de la calidad establecido. En el hotel no hay una guía de calidad y no se hallan documentados de todos los trámites. No se ha reconocido por completo el procedimiento para establecer un sistema de gestión de la calidad. No han conseguido tener buen entorno laboral. No se conoce en toda la empresa lo que compromete equipar un Sistema de Gestión de la Calidad. Concluyen diciendo que cada vez más la reputación de los negocios (sobre todo en el sector servicios) se basan en la percepción de los clientes, por lo que disponer de un personal comprometido y debidamente capacitado para brindar una atención de calidad en todo momento es clave para el éxito del negocio, manifestando que el plan propuesto el margen neto de utilidad mejorará del actual 3.3% hasta aproximadamente 25% en el último año del periodo proyectado.

2.2 BASES TEÓRICAS Y CONCEPTUALES

2.2.1 El servicio de hotelería

Es el servicio que se presta de manera personal con el de lograr satisfacción en quien lo paga. MINCETUR (2010), manifiesta que ofrecer un servicio involucra una serie de actos para poder llegar al cliente, basándose en los procesos adecuado que ya se han establecido, para así lograr que quien paga quede totalmente satisfecho y el éxito de la empresa.

Primero es necesario comprender la definición de servicios para poder entender de qué se trata el servicio hotelero; con relación al termino servicios encontramos diversas definiciones, Según Stanton, Etzel y Walker (2004), definen los servicios "como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades", en esta propuesta, cabe señalar que según los mencionados autores ésta definición excluye a los servicios complementarios que apoyan la venta de bienes u otros servicios, pero sin que esto signifique subestimar su importancia. Mientras que para Sandhusen (2002) "los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo". Pero para Lamb, Hair y McDaniel (2002) "un servicio es el resultado de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos. Los servicios se refieren a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer físicamente". Y por último para Kotler, Bloom y Hayes

(2004), definen un servicio de la siguiente manera: "Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico".

Complementando ésta última definición, cabe señalar que según los mencionados autores, los servicios abarcan una amplia gama, que va desde el alquiler de una habitación de hotel, el depósito de dinero en un banco, el viaje en avión a la visita a un psiquiatra, hasta cortarse el cabello, ver una película u obtener asesoramiento de un abogado. Muchos servicios son intangibles, en el sentido de que no incluyen casi ningún elemento físico, como la tarea del consultor de gestión, pero otros pueden tener un componente físico, como las comidas rápidas.

Es así que los servicios son actividades identificables, intangibles y perecederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, ni transportarlos o almacenarlos, pero que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta; por tanto, pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes.

Grönroos (2001) indica que se debería hablar de gestión de servicios o del factor servicios en los negocios, con independencia de si la

organización pertenece a lo que se conoce como sector servicios o sector industrial. Miguel (2002) indica que caminamos hacia una época en la que el factor servicio es al que se le da más importancia en cualquier tipo de negocio, y más aún, la calidad de servicio.

Existen unas claras diferencias entre la fabricación de un producto y la prestación de un servicio que tienen una influencia clara en el enfoque de la gestión de la calidad (Albacete, 2004).

En el sector turístico, el servicio hotelero puede denominarse producto-servicio ya que comparte las características propias tanto de los productos como de los servicios. El servicio hotelero se apoya tanto en elementos tangibles como en aspectos intangibles.

Hay un claro reconocimiento de que los servicios relacionados con el turismo y la hotelería requieren unos puntos de vista de marketing y gestión diferentes a los productos físicos. Estos servicios tienen características únicas y criterios diferentes de evaluación, distribución, establecimiento de procesos, establecimiento de precios, determinación de políticas de comunicación y estructuras de costes. Los servicios turísticos y hoteleros tienen una alta dependencia de la satisfacción del cliente. Para poder ser rentables necesitan desarrollar estrategias efectivas y que comprendan las propias características. Afirma Reisinger (2001).

2.2.2 Características del servicio de hotelería

Los hoteles poseen las siguientes características:

- **Intangibilidad:** los servicios turísticos si aún no se compran no pueden ser tocados, olidos, pero no ajeno a ello los consumidores siempre buscan evidencias poder calificar el tipo de calidad que estos poseen, por lo que el proveedor debe lograr que este se vuelva lo más tangible posible.
- **Consumo in situ:** Los clientes acuden a la empresa para lograr recibir el servicio, simultáneamente en el mismo lugar
- **Inseparabilidad:** El servicio es producido y consumido al mismo tiempo. Lo que no ocurre con los bienes físicos que si pueden ser almacenados.
- **Presentación personal:** El servicio es proporcionado por el personal de cada empresa turística, caracterizado por un nivel de contacto interpersonal muy alto
- **Variabilidad:** Debido al desempeño del personal que varía diariamente, es difícil alcanzar servicios estandarizados. Los servicios son altamente variables, pues dependen de quien los brinda, de cómo lo realiza, de cuando y donde.
- **Perecibilidad:** El servicio turístico no pueden ser guardados en stock para su consumo posterior, pues se ofrecen en fechas y horarios determinados.

- **No transmiten propiedad:** El consumo y compra de los servicios turísticos no dan lugar a la transferencia de su propiedad; solo se adquiere un derecho temporal de uso, de acuerdo a los términos planteados.

2.2.3 Clasificación de los establecimientos hoteleros

La MYPES que brindan el servicio de alojamiento pueden clasificarse de distinta manera, es así que tenemos la clasificación según su tipo y según el tamaño de las empresas.

2.2.3.1. Clasificación de los establecimientos hoteleros según su tipo

Dentro del conjunto de medios de alojamiento turístico pueden distinguirse un grupo de alojamientos de tipo hotelero y otro grupo de tipo extra hotelero (que incluyen viviendas turísticas, campings, apartamentos, ciudades de vacaciones, albergues, residencias, etc.).

Para Mestres (1999) le resulta difícil hablar de una única clasificación de los establecimientos hoteleros puesto que no todos los países disponen de una clasificación oficial y si la tienen no se aplican los mismos criterios. Por ello, puede apreciarse que una misma categoría presente características diferentes en función del país en el que nos hallemos.

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR (2013), establece las disposiciones para la clasificación,

categorización de los establecimientos de hospedaje. Teniendo la clasificación y/o categorización de la siguiente forma:

Cuadro: 01: Clasificación y categorización de establecimientos hoteleros

CLASE	CATEGORIA
Hotel	Una a cinco estrellas
Apart- Hotel	Tres a cinco estrellas
Hostal	Una a tres estrellas
Albergue	----

Fuente: Reglamento de Establecimientos de Hospedaje- MINCETUR (2014).

Teniendo en cuenta que Clase es la identificación del establecimiento de hospedaje de acuerdo a la clasificación, mientras que Categoría es rango en estrellas establecido por este Reglamento a fin de diferenciar dentro de cada clase de establecimiento de hospedaje, su funcionamiento y servicios que éstos deberían brindar. Sólo se categorizan aquellos establecimientos de hospedaje de la clase Hotel, Apart- Hotel y Hostal.

a) Hoteles

Según MINCETUR (2015) Un hotel es un establecimiento de hospedaje que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo

completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea. Los establecimientos de hospedaje para ser categorizados como hoteles de una a cinco estrellas, deben cumplir una serie de requisitos.

De acuerdo al Reglamento de Establecimientos de Hospedaje, los hoteles se categorizan de una a cinco estrellas.

Según Luis Di Muro Pérez (2012), un hotel se define como un establecimiento de carácter público, destinado a dar una serie de servicios, alojamiento, alimentos, bebidas y entretenimiento; que persigue tres grandes objetivos: ser fuente de ingresos, ser fuente de empleos y dar servicio a la comunidad.

Gerald Lattin (2009), en su libro *Administración Moderna de Hoteles y Moteles*, señala que Webster define hotel como: "Un edificio o una institución que proporciona alojamiento, comidas y servicios al público".

Según Francisco de la Torre (2009), un hotel es: "Es una institución de carácter público que ofrece al viajero alojamiento, alimentos y bebidas, así como entretenimiento, la cual opera con la finalidad de obtener utilidades".

Según Navarro (2008) considera que es un "Establecimiento dirigido por profesionales en el que se ofrece al cliente alojamiento con o sin servicios integrados, a cambio de una contraprestación económica";

asimismo (Mincetur, 2004) expresa que es un “edificio planificado y acondicionado para albergar a las personas temporalmente y que permite a los viajeros, alojarse durante sus desplazamientos”. Los hoteles proveen a los huéspedes de servicios adicionales como restaurantes, gimnasio, spa servicio de lavandería, conexión Internet, piscina, parqueadero. Algunos hoteles tienen servicios de congresos y convenciones.

Según Luis Barragán (2005) la definición de hotel es: "Establecimiento que brinda alimentación y estadia, un lugar de entretenimiento para el viajero, un edificio público, una institución de servicio doméstico, operado bajo una fase para obtener utilidades".

Según MINCETUR (2004) Un hotel es un establecimiento de hospedaje que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea. Los Hoteles son de categorías de 1 a 5 estrellas.

Así mismo Gonzales, (2003) refiere que para este establecimiento el servicio a habitación debe ser obligatoriamente las 24 horas del día, ya en este a diferencia de los otros cuenta mucho la infraestructura y fachada del hotel.

En el desarrollo de las operaciones de una organización hotelera, aunque con diferencias importantes según la categoría del hotel, su dimensión, ubicación y localización geográfica y otras características de

tipo estructural, concurren una diversidad de procesos particulares de gran complejidad.

Junto a la función principal productiva, que aparecía en la definición anterior, de prestar alojamiento a los clientes, los hoteles generalmente también realizan un conjunto amplio de actividades con el objeto de facilitar una serie de servicios complementarios, caracterizados por una enorme heterogeneidad tanto porque requieren una variedad importante de recursos (materiales, humanos, formativos, administrativos, etc.), porque contribuyen en proporciones diferentes al resultado global de la unidad económica.

De la Torre (1990) Hotel: es una institución de carácter público que ofrece al viajero alojamiento, alimentos y bebidas, así como entretenimiento, la cual opera con la finalidad de obtener utilidades.

- Los hoteles tres estrellas

Navarro (2008) Manifiesta que a partir de 3 estrellas los hoteles deben ser de lujo, contando con baño obligatorio de acuerdo a las tendencias actuales la cual el cliente se sienta bien con los servicios ofrecidos en el establecimiento, dentro de las promociones que pueda brindar el hotel debe ofrecer al menos un menú al huésped, en las áreas del hotel donde el huésped acuda, debe haber ventilación evitando que el cliente haga sus reclamos. Este establecimiento debe contar con salones de eventos, 1 restaurante mínimo, un lobby amplio promoviendo la comodidad de los huéspedes.

En cuanto a la oferta de los hoteles tres estrellas, estos constituyen servicios de un costo medio, al respecto Pizzo (2012), indica que este tipo de hoteles generalmente cuentan con servicios de comidas, al estilo de bares en los horarios de mañana, tarde y noche; además de una amplia oferta turística para los viajeros mediante excursiones. La mayoría influye el servicio de botones servicio de cuarto 24 horas, conserjes y servicio bilingüe, en el espacio designado a la recepción de los huéspedes. Son hospedajes donde un turista puede quedarse a disfrutar de un descanso extra gracias a las comodidades.

Un hotel de tres estrellas es ideal para viajeros de negocios o de placer en busca de un poco más que los servicios básicos.

2.2.3.2 Clasificación de las empresas de hoteles según su tamaño

Las empresas hoteleras de acuerdo a su tamaño podrían ser grandes, medianos, pequeñas y micro empresas; mayormente en nuestro país las empresas dedicadas al rubro turístico son MYPE (micro y pequeña empresa).

a). Micro y pequeña empresa

La Micro y Pequeña Empresa es una unidad económica que podría ser constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente. (Ley de Promoción y Formalización la Micro y Pequeña Empresa, 2013).

Así lo detalla la Ley de Promoción de la micro y pequeña empresa (2013), para ser una MYPE se deberían consignar las siguientes características:

- Microempresa: de uno (1) hasta diez (10) colaboradores.
 - Pequeña Empresa: de uno (1) hasta cien (100) colaboradores.

Niveles de ventas anuales:

- Microempresa: ventas anuales monto máximo de 150 UIT.
- Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT.

Contexto de las MYPES

Casanueva, García y Caro (2000), manifiestan que el tamaño de una empresa turística es una condición muy importante para poder ejercer su actividad y para la gestión que esta amerita. Aquellas empresas turísticas de menor dimensión se pueden tener una serie de inconvenientes derivados directamente de su tamaño, siendo una desventaja común en las MYPES.

Relacionado directamente con el tamaño de las pequeñas empresas se encuentran las siguientes desventajas:

- Su reducido tamaño impide el acceso a economías de escala; por lo que no puede conseguir unos costos unitarios más bajos.

- Dificultad en el acceso a los recursos en un entorno competitivo: los recursos financieros y los recursos intangibles (humanos, tecnológicos y de reputación).
- Su posición competitiva. Ya que siendo de menor tamaño restringe el poder de negociación con el cliente, distribuidor, con el proveedor y suministrador.
- Falta conocimiento en directiva por parte de los propietarioempresarios, ya que su formación empresarial y en la dirección de empresas es muy escasa.
- Visión a corto plazo de la empresa, en el rubro turístico se concentra la gestión del día a día y se pierde la perspectiva de futuro. Estructuras empresariales muy simples, con unidades poco especializadas y mucha centralización en la toma de decisiones.
- Personal no cualificado y poca importancia prestada a la formación.
- No aprovechamiento de tecnologías, procesos, maquinaria, equipos y programas informáticos y de comunicaciones.
- Poco conocimiento o importancia acerca de la gestión de las pequeñas empresas turísticas.
- Dificultades a la hora de comercializar los servicios turísticos ante la improvisada gestión integrada de marketing.

Casanueva, García y Caro (2000), indican que aun con estas desventajas las pequeñas empresas turísticas cuentan con una ventaja fundamental, que, si se logra utilizar de la manera correcta, permitirá éxito su actividad. Se trata de la flexibilidad. Se define como aquella capacidad para adaptarse en plazos cortos y con un bajo coste a todos los cambios que se van produciendo. La flexibilidad proviene de:

- Proximidad al cliente. Gracias a que se establecen relaciones más directas con los clientes y consumidores, se logran conocer de forma directa y clara necesidades, gustos y los futuros cambios que les podrían afectar.
- Clara vocación comercial. Ya que son básicamente empresas de servicios, del sector terciario, que logran trabajar directamente con el cliente y en el proceso de prestación de algunos servicios agregan el proceso de venta de otros.
- Poseen una estructura organizativa simple y relativamente centralizada que logra permitir cambios a más corto plazo, mayor rapidez a la hora de tomar decisiones y mayor asumo de riesgos.
- Poseen alto potencial a la hora de desarrollar o asimilar innovaciones tecnológicas nuevas de distintos costos.
- Se logró ver que las pequeñas empresas turísticas en donde mayormente encontramos restaurantes, poseen una serie de limitaciones mayormente vinculadas a su dimensión y capital, pero que aún con todo eso cuenta con ventajas que si son bien

aprovechadas aseguran el éxito.

2.3. La calidad en el servicio de hotelería

García, F., García, P., y Gil (2011), indican que la calidad es una filosofía aplicada a todas las empresas productivas que se preocupan por un trabajo bien hecho, ya que la sociedad cada vez lo exige más. Por ello estas empresas poseen un único método de supervivencia que los obliga a apostar para obtener la calidad.

Martín (2004), señala que la calidad es el cumplimiento de lo que se desea o se especifica cuando se quiere un producto; mientras que, Crosby (1987), manifiesta que la calidad es “cumplir con los requisitos” aquellos que deben definirse de manera clara a modo que no puedan malinterpretarse. Y el no cumplir con los requisitos significaría ausencia o bajo nivel de calidad.

Para García, F., García, P., y Gil (2011), indican que la calidad engloba y logra la satisfacción del cliente, implantando que toda la organización participe para poder alcanzar el índice más alto. la calidad satisface necesidades y exigencias de los distintos clientes, porque la empresa depende principalmente de los clientes.

Cuando hablamos de la calidad en el Servicio Hotelero, nos referimos a un concepto integral que tiene como centro de interés la satisfacción del cliente. Si bien este es un objetivo muchas veces difícil de alcanzar, su búsqueda garantiza que todos los sectores del hotel están

logrando la adhesión y empatía del huésped. Y este ya es un buen comienzo.

Cuando hablamos de calidad en el Sector Hotelero, se debe distinguir entre calidad técnica y calidad subjetiva. En el primer caso se trata de la aquella calidad que se puede medir, que responde a las especificaciones de producción: un baño sucio, una conexión de agua que gotea, personal que se demora en aparecer. De manera general, hablamos de hechos reales, momentos precisos y claves donde la atención decae y la calidad por lo consiguiente.

En el rubro de hoteles la calidad está valorada de manera compleja y significativa, ya que todos sus productos o servicios turísticos, son intangibles.

En general, los principales indicadores de calidad que valora un huésped, son en un primer momento, los elementos tangibles: aspecto físico del hotel (limpieza, espacio, ambientación), presentación de los empleados. Pero también son importantes los datos subjetivos: la seguridad, es decir, sentirse atendido por gente que sabe, la cortesía y el trato por parte del personal, y finalmente, la empatía, o sea, sentir que quien lo atiende se siente identificado con él y con lo que el verdaderamente necesita.

Por tanto, puede considerarse que el establecimiento hotelero tiene las características propias de los servicios con el añadido de una importante presencia de elementos tangibles para poder ser prestado. Esta naturaleza

hace que el establecimiento hotelero tenga unas características propias que lo convierten en particular y hagan necesario un modelo de gestión específico, Martín (2004), indica que la calidad se debe perseguir de manera global, en toda la empresa y sus niveles, o sea, alcanzar la calidad total. Añade, que para obtener la calidad hay que llevar un control de cada operación y servicio, involucrando a todo el personal de la empresa. En el rubro turístico, la calidad del servicio prestado no solo se atribuye a una serie de estructuras, sistemas, instalaciones, etc.

Para Ramírez (2002), señala que la calidad no solo depende del servicio que brinda la empresa, sino que involucra también a los proveedores, y vaya que es cierto ya que muchas veces para ofrecer calidad hay que contar con productos y servicios en muy buenas condiciones.

Como se ve la calidad busca que el cliente quede satisfecho, al respecto Ramírez (2002), describe que tan parecido a los individuos, toda empresa turística logra desarrollar con el tiempo una personalidad bien definida e integra.

Para Ramírez (2002), La calidad total no es solo lujo, es buscar la satisfacción de los clientes, pero sin tratar de incrementar los costos al distinguirlos por su lugar de procedencia. Aquello señala que la calidad total obliga a incrementar los costos de calidad mediante la prevención de los efectos negativos del servicio turístico y a eliminar, por el contrario, costos de mal servicio, los cuales traen como consecuencia un efecto multiplicador y negativo que va en contra de la rentabilidad de la empresa,

añade que para poder obtener la calidad total hay que basarse una normatividad que ayude y haga fácil el funcionamiento del servicio para que sirva como indicador de rendimiento.

2.3.1. Tipos de calidad

Según La norma ISO 9000:2000: En la práctica, hay dos tipos de calidad:

- Calidad externa, que corresponde a la satisfacción de los clientes. Para lograr la calidad externa requiere contar con productos o servicios que logren satisfacer las expectativas del cliente para obtener la lealtad de estos y de ese modo mejorar la participación en el mercado.
- Calidad interna, que corresponde al mejoramiento de la operación interna de una compañía. Busca mejorar, crear e implementar el funcionamiento correcto de la empresa, el miso que logra beneficiar a la Administración y empleados de la empresa.

Entonces se puede decir que la calidad total es ofrecer al cliente una oferta sumamente apropiada con procesos controlados y así mismo garantizar que esta mejora no fomente costos adicionales. Mejorar un gran número de problemas a un bajo costo si es posible. Pero cabe resaltar que, si estamos más cerca de la perfección, los costos se podrían elevar más.

2.3.2. Evaluación de la calidad del servicio de hotelería

Es tan importante la calidad en la gestión de los hoteles, y el utilizar estándares para medirla es sin duda alguna una herramienta muy buena que busca la satisfacción de los clientes y garantía del éxito de la empresa en el mercado, Ramírez (2002), indica que la calidad en el servicio turístico debe medirse constantemente para tomar acciones correctivas si en algo se está fallando, coincidentemente con lo anterior, Casanueva, García y Caro (2000) señalan que para saber cuan exitosa está siendo la empresa después de haber emprendido acciones y estudiar su mejora resulta conveniente evaluar constantemente y determinar el grado de cumplimiento.

Por otro lado, Martín (2004), indica que es necesario medir la calidad del servicio para conocer cuan cerca esta del nivel establecido, para ello es necesario considerar los requisitos mínimos con los que el establecimiento deberá contar en cuanto a su infraestructura física y lo demás relacionado con su gestión interna (dirección, organización, previsión, capacidad resolutoria, etc.); a ello es a lo que algunos autores denominan “estándares” de calidad.

García, F., García P., y Gil (2011), detalla que nos podemos preguntar cómo se podría medir algo intangible como es el servicio. Vale resaltar que una medida no necesariamente tiene por qué ser cuantitativa.

Para Ramírez (2002), el control total de calidad se enmarca en el ámbito de la función básica del control administrativo y, por tanto, implica observación, orientación, supervisión y medición del desempeño de los trabajadores y del estado de medios, así como del cumplimiento de las normas y procedimientos. Exige participación de todos los grupos de la organización y de todos los niveles jerárquicos, así como del personal externo a la empresa, como son proveedores y turistas.

La importancia de la evaluación de la calidad radica en que los resultados obtenidos de ella, permitirán desarrollar estrategias y acciones para mejorar la calidad del servicio, al respecto, Ramírez (2002), señala que el control es la función operativa que hace posible el cumplimiento de las metas de calidad, que permite llevar a cabo planes que ayuden al aseguramiento y mejoramiento de la calidad mediante el seguimiento y retroalimentación permanentes de las actividades turísticas.

Según De la Parra Paz (1995), Todo negocio necesita valorar los servicios que presta. La condición de sus prestaciones y qué mejoras necesitan, son muy importantes a la hora de efectuar la medición, porque si no se mide el servicio, no hay forma de mejorarlo, también manifiesta que en general, la medición de los servicios siempre va retrasada con respecto a la del área de producción de mercancías, en parte porque es bastante fácil medir la productividad de tangibles, pero no lo es tanto en cuanto a los servicios. Es obvio que se sabe cuándo los productos fabricados son buenos y defectuosos, pero no es tan fácil saberlo cuando

se trata de servicios...A pesar de los problemas de la medición de servicios, cada vez más se están llevando a cabo estas actividades. Lo cierto es que no hay elección: las empresas no tienen más remedio que encontrar la manera de efectuar las mediciones de sus servicios, porque si no lo hacen, ya se encargarán de hacerlo sus competidores, las empresas que no evalúan o miden la calidad de sus servicios están destinadas o bien a fracasar o a mantener un muy bajo crecimiento.

Cuando de control se trata hay tres etapas a distinguir, la primera consiste en la recolección de los datos o mediciones, la segunda en el procesamiento, análisis e interpretación, y la tercera, en las medidas a adoptar para corregir las causas raíz de los problemas o desviaciones observados. Hoy en día se han extendido las certificaciones de las empresas del sector turismo como una garantía de la calidad del servicio, siendo una de las metodologías hacer la evaluación en base al cumplimiento de buenas prácticas.

MINCETUR (2012), proceso de evaluación es el proceso de valoración del nivel de aplicación de las buenas prácticas, tienen por finalidad acreditar si la empresa está aplicando los procedimientos, conocimientos y valores sistematizados como buenas prácticas de las empresas en turismo; asimismo, tiene carácter selectivo porque permite calificar el desempeño de la empresa turística para otorgarles un reconocimiento por la calidad de los servicios que presta. la máxima autoridad en lo que respecta al turismo en nuestro país, viene trabajando

desde hace algunos años en la difusión de las buenas prácticas como una estrategia que permita a las medianas y pequeñas empresas ofrecer un servicio de calidad.

De la Parra Paz (1995) señala que la evaluación de la calidad tiene una serie de beneficios:

- Mejorar la satisfacción del cliente.
- Mejorar los productos y/o servicios.
- Mejorar los procesos y procedimientos.
- Mejorar la disposición de la institución y el lugar de trabajo.
- Alcanzar la eficiencia y la eficacia en las actividades.
- Reducir la fatiga innecesaria.
- Mejorar el clima laboral.
- Renovar el liderazgo.
- Detectar información que indique oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades.

2.4. Marco normativo y estándares de calidad de los servicios de alojamiento

Cabe resaltar la diferencia entre una norma y un estándar; las normas son de cumplimiento obligatorio, mientras que los estándares pueden ser definidos por cada empresa con la finalidad de mejorar la calidad de su servicio.

2.4.1. Marco Normativo de las empresas de nivel nacional

Como toda actividad económica de importancia, las empresas dedicadas a brindar el servicio de restauración están sujetas a leyes y reglamentos que orientan sus actividades.

2.4.1.1. Ley General de Turismo- Ley N° 29408

La ley General de Turismo en su capítulo IV referido a los prestadores de servicios turísticos, estando incluidos en ellos los hoteles indica en su artículo 28 las obligaciones de los prestadores de servicios turísticos:

- Cumplir con las normas, requisitos y procedimientos establecidos para el desarrollo de sus actividades.
- Preservar y conservar el ambiente, los recursos naturales y culturales debiendo prestar sus servicios en el marco de lo dispuesto en las normas que regulan dichas materia.
- Denunciar todo hecho vinculado con la explotación sexual comercial infantil y cualquier otro ilícito penal del cual toman conocimiento en el desarrollo de su actividad, ante la autoridad competente.
- Informar a los usuarios previamente a la contratación del servicio, sobre las condiciones de prestación del mismo, así como las condiciones de viaje, recepción, estadía y características de los destinos visitados.

- Prestar sus servicios cumpliendo con las condiciones de prestación pactadas.
- Cuidar el buen funcionamiento y mantenimiento de todas sus instalaciones, así como la idoneidad profesional y técnica del personal, asegurando la calidad en la prestación del servicio.
- Cumplir con las disposiciones de salud, seguridad y protección al turista durante la prestación de sus servicios, asimismo facilitar el acceso a personas con discapacidad a los servicios turísticos referidos.
- Informar al turista acerca de las normas de conducta que debe observar para la preservación del patrimonio humano, natural y cultural, así como del medio ambiente.
- Facilitar oportunamente la información necesaria y consistente para actualizar el sistema de información turística.

2.4.1.2. Reglamento de establecimiento de hospedaje

En nuestra realidad el MINCETUR como ente oficial rector de la actividad turística ha establecido el conjunto de aspectos o requisitos mínimos que debe cumplir un hotel para ser considerado de tres estrellas, los que se encuentran contenidos en el Reglamento de Establecimientos de Hospedaje aprobado en el año 2015.

a) Requisitos para el inicio de actividades

Los requisitos para que todo hotel inicie sus actividades son:

- Estar inscritos en la SUNAT.
- Contar con el certificado de clasificación y/o categorización expedido por el órgano regional competente.
- Contar con la licencia de funcionamiento expedida por la Municipalidad correspondiente.

b) Régimen de atención y registro de huéspedes

- Condiciones de las instalaciones: Las instalaciones de los establecimientos de hospedaje deben estar en óptimas condiciones de conservación, presentación, funcionamiento, limpieza y seguridad, de modo que permita su uso inmediato y la prestación adecuada de los servicios ofrecidos desde el día que inicia sus operaciones.
- Atención de huéspedes: Los establecimientos de hospedaje deben brindar atención permanente a sus huéspedes y mostrar en forma visible tanto en la recepción como en las habitaciones, las tarifas, la hora de inicio y le término del día hotelero y demás condiciones del contrato de hospedaje.
- Registro de huéspedes: Son requisitos indispensables para ocupar las habitaciones, la inscripción previa de los huéspedes, acreditando su identidad y demás información.

c) Disposiciones aplicables a todos los establecimientos de hospedaje

- Los servicios higiénicos públicos se ubicarán en el hall de recepción o en las zonas adyacentes al mismo.
- La edificación deberá guardar armonía con el entorno en el que se ubique el establecimiento de hospedaje.
- Cuando los Establecimientos de Hospedaje de Una (1) y Dos (2) Estrellas cuenten con servicios higiénicos privados, la medida mínima exigida es de 3.00m².
- Cuando el Establecimiento de Hospedaje ofrece el servicio de transporte a los huéspedes de los terminales al establecimiento o hacia otros lugares donde se presten servicios turísticos localizados en la ciudad donde se ubique el establecimiento, las unidades de transporte deberán cumplir con los requisitos técnicos y de seguridad exigidos en las normas vigentes sobre la materia. Cuando los Establecimientos de Hospedaje estén obligados a tener estacionamientos privados, en caso de no contar con éstos, deberán contratar una Playa de Estacionamiento cercana a su local.

d) Requisitos mínimos de los hoteles de tres estrellas

Cuadro 02: Requisitos mínimos de hoteles de dos estrellas

REQUISITOS	ESPECIFICACION
REQUISITOS MINIMOS DE INFRAESTRUCTURA	
Recepción y Conserjería	Obligatorio
Cocina	Obligatorio
Cafetería	Obligatorio
Servicio higiénico de uso público (2)	Obligatoria diferenciado por sexo.
Ascensor de uso publico	Obligatoria a partir de 4 plantas (Excluyendo sótano o semisótano)
Servicios básicos de emergencia separados para equipos de generación de energía eléctrica y almacenamiento de agua potable)	Obligatorio solo (ambientes almacenamiento de agua potable)
Habitaciones	
N° mínimo de habitaciones	20
Simples	9 m ²
Dobles	12 m ²
Closet o guardarropa incluido en el área	Obligatorio de la habitación
Servicios higiénicos por habitación	
Uno privado con área mínima (6)	3 m ²
Todas las paredes revestidas con materia impermeable - altura de	1.80 m
Agua fría y caliente (8)	Obligatorio para tinas o duchas
REQUISITOS MNIMOS DE EQUIPAMIENTO	
Generales	
Internet	Obligatorio
Habitaciones	
Televisor	Obligatorio
Teléfono con comunicación nacional e	Obligatorio internacional
REQUISITOS MINIMOS DE SERVICIO	
Limpieza diaria de habitaciones y de ambientes del hotel	Obligatorio todos los
Servicio de custodia de equipaje	Obligatorio

Primeros auxilios	Botiquín
Habitaciones	
Cambio regular de sábanas y toallas diario y cada cambio de huésped (3)	Obligatorio

Fuente: Elaborado en base a las disposiciones del Reglamento de Establecimientos de Hospedaje – MINCETUR, 2014

2.4.2. Estándares de calidad en el servicio de alojamiento

De acuerdo con Sandoval (2009) la calidad tiene múltiples definiciones que en términos generales pueden coincidir en dos aspectos: la intervención de algún bien y la búsqueda de la satisfacción del cliente.

Así, se puede decir que la calidad es un conjunto de características identificadas por los individuos en los bienes y servicios, las cuales cumplen con los requisitos y requerimientos que satisfacen sus necesidades y que generan valor para estos desde su propia perspectiva.

Enrique, M. (2007) señala que calidad de servicio es un concepto que abarca más allá de lo físico, pues implica valores y actitudes mentales. La calidad es el ideal de la forma de vida, que los individuos desean si se proponen y consiste en un desarrollo integral de las dimensiones física, mental, espiritual, social, económica y laboral, las cuales dotarán de un equilibrio a estos individuos, consigo mismo y su sociedad.

Establecer normas y estándares para el servicio de alojamiento es fundamental, para Marketing Publishing (2007), Los objetivos, normas y

estándares tienen una triple función: Primero: establecen, basándose en las expectativas de los consumidores y clientes, las metas de calidad que debe alcanzar la empresa. Segundo: sirven para medir los niveles de calidad que se logran en la empresa. Tercero: indican al personal cuáles son, de acuerdo con los criterios de la empresa, las características concretas que deben poseer los productos para que sean considerados de calidad.

La calidad se refiere, no solo a productos o servicios terminados, sino también a la calidad de los procesos que se relacionan con dichos productos o servicios. La calidad pasa por todas las fases de la actividad de la empresa, es decir, por todos los procesos de desarrollo, diseño, producción, venta y mantenimiento de los productos o servicios

Para De la Parra Paz (1995), Cuando en una organización se han considerado el mayor número de variables posibles, es cuando se procede a establecer las normas para un amplio conjunto de condiciones de servicio. El objetivo y los mecanismos necesarios para establecer las normas son sencillos y directos, dando una clara definición y difusión de sus contenidos a los directivos, empleados y clientes. En estas condiciones, los clientes saben lo que esperan, y en general, lo obtienen, mientras que los empleados saben, que van a ser medidos por los resultados y así la supervisión es menos arbitrario y subjetivo.

De lo anterior tenemos que el establecimiento de normas está compuesto por tres partes:

a) Finalidad o propósito.

b) Describir lo que se espera.

c) Hacer medible el servicio.

Hospitality & Service University (s.f.) en el Manual de Estándares de Servicio, señala que un estándar de servicio se puede definir como un estatuto mensurable que describe un nivel de servicio deseado (lo mínimo que debería ser).

Los estándares de servicio deben operar para el beneficio del cliente, del trabajador y del negocio. Cuando el servicio está basado en estándares que alcanzan las expectativas del cliente, éste recibe un servicio confiable en forma más fluida y constante (Consistencia).

Los estándares se pueden establecer para diversas instancias y exigencias que presente el proceso de servicio y experienciación, como por ejemplo para pautas de comportamiento de las personas que atienden clientes; para especificar la calidad de las instalaciones y equipamientos para la atención de los clientes; para establecer los aspectos cuantitativos de la calidad del servicio; para especificar la calidad de los productos a elaborar para los clientes.

El establecimiento de estándares no solo constituye una guía para quienes están involucrados día a día en atender a los clientes, sino que también establecen un instrumento para medir el nivel de servicio y el desempeño de los empleados.

2.5. Las buenas prácticas en el servicio de alojamiento

Hoy en día es muy frecuente escuchar hablar de buenas prácticas en el sector turismo, tanto a nivel internacional como en nuestro país, a nivel del Estado podemos ver que se vienen promoviendo las buenas prácticas como un medio para dotar de calidad a los servicios de las empresas turísticas, siendo una de ellas las empresas dedicadas al rubro de la hotelería.

MINCETUR (2012) Las Buenas Prácticas representan “formas de hacer” para optimizar la gestión de recursos ya sean tangibles y/o intangibles en determinada actividad. En el rubro de la hostelería, las buenas prácticas contribuyen a la mejora continua de los servicios que se brindan día a día en los establecimientos de hospedaje mediante la estandarización de los mismos. Es decir, aplicando parámetros de calidad en cuanto a la infraestructura y equipamiento como a los servicios en sí.

Buenas Prácticas de Gestión de Servicios para Establecimientos de Hospedaje tienen como finalidad orientar a las empresas del rubro, en cuanto a la implementación de un sistema de calidad y sus beneficios. Busca ser una herramienta metodológica práctica y de fácil aplicación de acuerdo al contexto de cada alojamiento turístico. Logrando como resultado final, el incremento de la productividad y de la satisfacción del cliente.

MINCETUR (2012), indica que éstas no han sido inventadas o generadas desde el escritorio, sino identificadas y sistematizadas a partir

de la observación y el análisis de las experiencias exitosas, de tal manera que se constituyan en buenos ejemplos de actuación, a fin de que el empresario pueda inspirarse para mejorar la calidad del servicio que oferta o, si se quiere, tener a su alcance una experiencia de probado éxito que pueda imitar.

El Servicio Nacional de Turismo de Chile – SERNATUR (2011), Las buenas prácticas son acciones para prevenir, corregir y/o mejorar ciertos aspectos del desarrollo turístico. Se pueden aplicar en todas las áreas de servicios y operaciones de la empresa.

MINCETUR (2010), agrega que se trata de modelos de experiencias positivas a través de las cuales se ha obtenido resultados satisfactorios y son sistematizadas con la intención de que, de acuerdo al caso, puedan ser replicadas o adaptadas en otros contextos.

Para Van Duynen y Carré (2011), las buenas prácticas constituyen lineamientos de mejora continua que desde las empresas de alojamiento, transporte, gastronomía, entretenimiento y de viajes se deberían ir aplicando en las áreas operativas y de gestión. Como todo proceso, la implementación de buenas prácticas requiere de cambios de actitud y de gestión. Es esencial adoptarlas como una forma de vida y una filosofía dentro de la empresa para lograr un cambio, no solo en el sector turístico sino también en toda la ciudadanía, es decir las buenas prácticas no sólo benefician a las empresas que las ponen en práctica, pues también

posibilitan el cambio del entorno natural, social y cultural en el cual se desarrolla la actividad empresarial de los alojamientos.

2.5.1. Beneficios de las buenas prácticas

Van Duynen, y Carré (2011), indican que la aplicación de estos lineamientos genera beneficios para la empresa y para el cliente. Para la empresa implica una mejora en la calidad e imagen del producto y del destino que promociona. También, un mejor desempeño económico y social que se traduce en ahorros importantes en su estructura de costos, haciendo más eficiente su operación. A su vez, la empresa puede acceder a nuevos mercados más especializados y mejorar su competitividad al diferenciarse como un negocio más amigable con el medio ambiente y la cultura local. Por su parte, el cliente valora positivamente que, tanto la empresa como el destino, cumplan con este tipo de criterios.

Por otro lado, Promperú (2006), indica como beneficios para las empresas:

- Ahorrar, al controlar el consumo de recursos y efectivizar los procesos productivos.
- Mejorar la imagen de la empresa, gracias al respeto por el ambiente y la sociedad.
- Acceder a nuevos mercados, más exigentes y especializados.
- Mejorar la competitividad, por la diferenciación de un negocio limpio y sustentable.

- Proteger el ambiente, para mantener el bienestar de la vida en nuestro planeta.
- Mejorar las relaciones con las comunidades locales.
- Para SERNATUR- Chile (2011), entre los beneficios de la aplicación de las buenas □

Prácticas tenemos:

- Disminuir costos variables.
- Fomentar mayor competitividad en las empresas, debido al mejoramiento en la calidad de su servicio y responsabilidad con el medio ambiente y comunidades locales.
- Concientizar a clientes, personal y proveedores acerca de tener una visión de sustentabilidad.
- Desarrollar y fomentar buenas relaciones dentro de la comunidad local y con comunidades aledañas.
- Proteger y conservar el medio ambiente y sus recursos naturales.

2.5.2. Características de las buenas prácticas

MINCETUR (2012), señala que las buenas prácticas, para que puedan constituirse en buenos ejemplos y conseguir influir y servir de modelo para otras empresas, deben tener las siguientes características:

- **Innovación o creatividad:** toda buena práctica propone operaciones, estilos de trabajo, métodos, procedimientos y técnicas nuevas o de aplicación novedosa, ejecutadas exitosamente.

- **Eficacia/impacto:** toda buena práctica tiene éxito en el alcance de los objetivos propuestos y logro de los resultados esperados.
- **Replicabilidad:** está compuesta por procesos y recursos que se pueden movilizar para repetir la experiencia, con especial consideración de aquellos que lo llevaron a su éxito. Sus elementos constitutivos pueden adecuarse a nuevas circunstancias y actores diferentes.
- **Sostenibilidad:** es el grado de continuidad y permanencia de los procesos establecidos y logros alcanzados.
- **Pertinencia:** se refiere a que tan adecuada y oportuna es la experiencia realizada, como respuesta a las oportunidades de negocios, a las necesidades de los clientes, a la problemática del sector y al contexto donde se desarrolla la experiencia.
- **Eficiencia y ejecución:** expresa la capacidad de conseguir los resultados esperados con un consumo de tiempo mínimo, energía y recursos.

2.5.3. Estándares en el servicio de alojamiento derivados de las

buenas prácticas

2.5.3.1. Estándares de buenas prácticas en la gestión administrativa

La administración es afín a todas aquellas ciencias o técnicas relacionadas con la eficiencia en el trabajo y el cumplimiento de objetivos (Ayala Villegas, 2006).

La administración es una ciencia compuesta por principios y técnicas cuya aplicación a conjuntos humanos permite establecer sistemas racionales de esfuerzo cooperativo, a través de los cuales se pueden alcanzar propósitos comunes que individualmente no es posible alcanzar (Arias Gago, 2004).

Para Idalberto Chiavenato “la administración es la conducción racional de las actividades de una organización, sea lucrativa o no lucrativa. La misma trata del planteamiento de la organización, (estructuración) de la dirección y del control de todas las actividades diferenciadas por la división del trabajo que ocurren dentro de una organización.” (Chiavenato, Introducción a la Teoría General de la Administración, 2000). pág. 12.

Rainforest Alliance (s.f.), señala que la administración permite la organización de las empresas y gestiona los recursos, procesos y resultados de sus actividades. Es la base de todo el funcionamiento de una empresa; si las personas responsables de la empresa no saben administrarla, no se obtendrán los resultados deseados...Este eje es de gran importancia para la sostenibilidad de la empresa, puesto que no basta con tener los recursos, es indispensable desarrollar esquemas de gestión que permitan alcanzar

los objetivos de sostenibilidad que se definan, ya que únicamente las organizaciones que implementen prácticas adecuadas de administración, aseguran el éxito de sus objetivos.

a) Planificación

Otro aspecto de suma importancia en las empresas de alojamiento es la planificación, actividad que permite a la empresa determinar por adelantado la situación que se desea alcanzar en un periodo de tiempo determinado, al respecto, Rodríguez (2005) define la planificación como el conjunto de procesos y técnicas empleadas por una organización para determinar su estado actual y establecer, a partir de ello y de la previsión sobre la futura evolución de las variables internas y externas, las acciones que se consideran más factibles de lograr para cumplir los objetivos de su actuación en un período de tiempo dado.

Rainforest Alliance (s.f.), menciona que se refiere al procedimiento de conocer por adelantado, qué se desea hacer, cómo puede alcanzarse el propósito establecido, cuándo van a ejecutarse cada una de las acciones previas, quién va a desempeñarlas, qué recursos se utilizarán para su logro y cómo van a evaluarse los resultados conseguidos. (p.5); la planificación además de ser importante porque nos muestra el panorama deseado en un periodo de tiempo determinado, también es importante porque permite asignar los recursos de la empresa, además de constituirse en un medio para evaluar el desempeño de la empresa; cabe recordar que la

planificación es un proceso flexible y permanente, que debe permitir a la empresa adecuarse a los cambios que se den en el entorno de la empresa.

Hostality & Service University (s.f.), indica que planear es decidir cómo conseguirá sus objetivos. Algunas de las cosas que usted hará al planear son: asistir en el desarrollo de los objetivos, elegir maneras de alcanzar los objetivos y, decidir cómo usar los recursos disponibles, a partir de los trabajadores, equipamiento o tiempo.

Casanueva, García y Caro (2000), nos presentan una breve descripción del procesos de planificación, para ellos la planificación consiste básicamente en el establecimiento de las metas de la empresa turística y en especificar las acciones que se deben desarrollar para conseguirlas. La planificación comienza en la empresa turística estableciendo su misión, es decir, definiendo qué hace la empresa, en qué negocios quiere estar y está presente. Incluye también el establecimiento de objetivos... Los objetivos deben ser concretos, claros y, en la medida de lo posible, cuantificables, ya que esto permitirá compararlos después con los resultados. La planificación incluye también el conjunto de acciones y actividades necesarias para alcanzar los objetivos y previsiones sobre los medios necesarios para llevarlos a cabo. Todas estas acciones se van a concretar en planes, en programas y presupuestos. Esta idea es compartida por Montaner (1996), quien considera que planificación es aquella parte de la gestión administrativa que tiene como finalidad prever el futuro seleccionando entre una serie de alternativas los objetivos,

programas, presupuestos, financiamiento, directrices técnicas, comerciales y contables.

Además, Casanueva, García y Caro (2000), manifiestan que podemos distinguir entre diferentes tipos de planes atendiendo a diferentes categorías...Según el alcance podemos hablar de planes estratégicos y operativos. Los planes estratégicos afectan a toda la organización, establecen la misión y los objetivos globales situando a la empresa en función del entorno en que se desenvuelve. Los planes operativos suelen formularse para períodos de tiempo más cortos que los estratégicos.

a.1 Estándares derivados de las buenas prácticas

- La empresa cuenta con un plan estratégico en el que define su visión, misión, valores y objetivos.
- La empresa cuenta con planes operativos para sus distintas áreas
- La empresa cuenta con políticas establecidas (servicios, ambientales, sociales, seguridad)
- La empresa cuenta con un plan de negocios.

b) Organización

Casanueva, García y Caro (2000), señalan que la organización consiste en determinar funciones y tareas, establecer unidades y departamentos y la forma en que se van a comunicar. Comienza con la necesidad que tiene una empresa u organización de dividir el trabajo entre todos sus miembros de tal manera que a cada uno le corresponda una parte

de la actividad global. Este trabajo dividido en funciones (incluyendo la diferenciación entre funciones directivas y operativas) y puestos debe ser coordinado de alguna manera. Esa coordinación se hace mediante el establecimiento de una serie de relaciones permanentes entre los miembros de la empresa, conformándose el armazón o la estructura de la organización; en el caso de las mypes, se puede notar que la organización es bastante simple, existiendo pocos niveles jerárquicos, lo que representa un aspecto favorable en la toma de decisiones.

Casanueva, García y Caro (2000), agregan que la estructura organizativa de una empresa turística se refiere fundamentalmente al modo en que las personas se conectan y se coordinan y la posición que cada una ocupa o puede ocupar en la empresa.

Por otro lado, para Ramírez (1994), “Organizar supone definir las tareas precisas para alcanzar los objetivos, agrupar y definir actividades, asignar responsables, delegar la autoridad y coordinar las relaciones en la estructura de la empresa”.

Montaner (1996), Es el proceso de descripción y agrupación del trabajo a efectuar, definición y delegación de autoridad, mando y responsabilidad, y establecer las relaciones y funciones con el fin de conseguir la mayor eficacia del factor humano trabajadores- para conseguir los objetivos. La organización de la empresa suele plasmarse en los organigramas donde, de forma gráfica, se establecen los niveles de mando y funciones de la empresa.

Lefcovich (2009), señala que consistente en establecer una estructura intencional de roles para que sean ocupados por miembros de la organización. Así toda organización crea una estructura para facilitar la coordinación de actividades y para controlar los actos de sus miembros.

Casanueva, García y Caro (2000), indican que la empresa turística como organización está compuesta por un conjunto de personas, tanto operarios como directivos. En la base de cualquier empresa turística se encuentran una serie de operarios (cocineros, conserjes, recepcionistas, reservas, guías, etc.) que son los encargados de ejecutar el trabajo básico para ofrecer los distintos servicios turísticos, cuando la empresa turística tiene cierta dimensión, surge la división del trabajo que hace necesaria la supervisión de las tareas y que da lugar a la aparición de los directivos, que planifican, dirigen y controlan el trabajo de los operarios. Los directivos de mayor nivel conforman la cumbre estratégica, que no es otra cosa que la alta dirección.

b.1 Estándares derivados de las buenas prácticas

- La empresa cuenta con un manual de organización y funciones
- La empresa ha documentado sus procesos, estándares y requisitos del servicio y cuenta con un manual de procesos y procedimientos
- La empresa cuenta con un sistema de comunicación formal

C. Gestión de calidad

Marketing Publishing (2007), manifiesta que la calidad no es una meta que se alcanza y basta. Es un «viaje» que no tiene fin, ya que todo producto puede seguir siendo mejorado y, además, porque los mercados, los consumidores y los competidores cambian y, en consecuencia, se modifican sus expectativas y acciones, lo que implica que también deban ser modificadas las características que definen lo que es o no es un producto de calidad; es decir gestionar la calidad requiere de un trabajo permanente.

García, F., García, P. y Gil (2011), indican que los sistemas de calidad son definidos por la ISO (Organización Internacional de Normalización) en los siguientes términos: la estructura de la organización, las responsabilidades, los procedimientos y los recursos necesarios para llevar a cabo la gestión de calidad. Es decir, un sistema de calidad es la garantía de que el servicio se va a prestar correctamente por medio de un plan previamente establecido, entendido y asumido por todos y centrado más en la prevención de los desfases y problemas que en su detección después de haberse producido teniendo siempre presente que recoja en sus métodos y procesos de trabajo la satisfacción íntegra de las necesidades de la clientela.

c.1 Estándares derivados de las buenas prácticas

- La empresa cuenta con un sistema de control de calidad del servicio
- La empresa ha definido qué aspectos deben ser monitoreados para asegurar la calidad de los servicios.
- La empresa realiza auditorías internas periódicas
- La empresa mantiene un programa de acciones correctivas para eliminar las causas de las desviaciones
- La empresa hace un seguimiento y medición de la satisfacción del cliente
- La empresa mantiene un sistema de tratamiento de quejas y reclamos y sugerencias.

d) Gestión de personal

Casanueva, García y Caro (2000), señalan que dentro del conjunto de recursos presentes en la empresa turística y necesarios para que ésta desarrolle su actividad, cada vez destaca más poderosamente la importancia de los recursos humanos, por sí mismos y como depositarios de otros importantes recursos (tecnológicos y ligados a la reputación, como la calidad o la atención al cliente). De hecho, el personal de las empresas, y en particular de las empresas turísticas, en los últimos años ha pasado de ser considerado sólo como un elemento de coste (para algunos el más importante), a verse como uno de los activos más importantes de la empresa y el que permite obtener mejoras en la rentabilidad y ventajas competitivas sostenibles. Esta tendencia ha llevado a la consideración de

los recursos humanos como un elemento estratégico para la empresa turística.

En una actividad de servicios como es el caso de las empresas de alojamiento, el personal desempeña una función relevante, para Martín (2004), El factor humano es el recurso más importante de las empresas de servicio, en constante contacto con el cliente, siendo fundamental que el trabajador presente una actitud positiva frente al trabajo a realizar, para lo cual es necesario que:

- Cada empleado conozca el producto, el negocio y los objetivos de la empresa.
- La organización aproveche los conocimientos, habilidades y experiencia de cada individuo.
- El trabajador esté motivado.
- Se promueva la participación del personal.
- Exista una buena comunicación en la empresa.
- Se eviten conflictos disfuncionales en la organización.
- Se invierta en formación en la empresa.

En la misma dirección, Rainforest Alliance (s.f.), indica que los recursos humanos son el recurso más importante de cualquier empresa, especialmente las de servicio (como las turísticas). Los recursos humanos son todos los trabajadores de la empresa, que se destacan por sus capacidades, conocimientos, experiencias, intereses, potencial, energía,

valores y sentimientos; para Marketing Publishing (2007), Todo cuanto se hace en una empresa lo hace su personal: la calidad también. Si el personal de la empresa no está organizado, estructurado, formado, gestionado y estimulado en función de la calidad, muy difícilmente se lograrán los niveles de calidad requeridos en sus productos, MINCETUR (2010), señala que el recurso humano es sumamente importante en la consecución de la calidad. El recurso humano es prácticamente lo único que la competencia no puede copiar, por lo que es un bien invaluable.

Casanueva, García y Caro (2000), manifiestan que la esencia del servicio turístico reside en su personal. Los hombres y mujeres de la empresa turística son los que van a lograr la satisfacción de las necesidades del cliente. ..La satisfacción del cliente se consigue con la contribución de todos y cada uno de los miembros de la empresa, que deben ser conscientes de su papel en la prestación del servicio.

Para lograr que el personal lleve a cabo su labor de forma efectiva se requiere de dos condiciones: que quieran hacer las cosas y que sepan hacerlas, es decir deben estar motivados y capacitados, Martín (2004), señala que la mejora de la calidad debe empezar por una gestión de los recursos humanos que invierta en formación, para ofrecer un servicio técnicamente perfecto, y que se preocupe de motivar e incentivar al personal, para que éste incorpore en este servicio “técnicamente perfecto” ese “intangible” que nos lleva a la excelencia; en la realidad es frecuente observar que este factor fundamental de las empresas no es gestionado de

forma acertada, afectando la calidad del servicio, lo cual se da con mayor frecuencia en las mypes. Para Casanueva, García y Caro (2000), La capacitación es el proceso de enseñanza y de aprendizaje de los conocimientos, habilidades y destrezas relacionados con un puesto en la empresa turística. La empresa puede especificar los conocimientos y capacidades que debe tener quien ocupe un cargo o un puesto en la misma.

Casanueva, García y Caro (2000), señalan que la gestión de los recursos humanos en la empresa turística podemos entenderla como un proceso que se desarrolla a lo largo de las siguientes fases o etapas:

- **Planificación de los recursos humanos.** La planificación intenta asegurar que la organización va a contar con los recursos humanos necesarios tanto en cantidad como en habilidades, comportamientos y valores requeridos, en los puestos adecuados y en el momento preciso, de forma que se puedan cumplir los objetivos de la misma.
- **Reclutamiento.** Mediante este proceso la empresa intenta localizar, identificar y atraer suficientes solicitantes de empleo capacitados para ser seleccionados.
- **Selección.** Consiste en el examen de los solicitantes de empleo para contratar a los candidatos más apropiados.
- **Orientación e integración del personal.** Es el proceso de introducción de un nuevo empleado en supuesto y en la organización.

- **Formación y capacitación.** Es el proceso de transmisión y de transformación de las capacidades, comportamientos y valores de los empleados de la empresa turística.
- **Evaluación del rendimiento.** Es la medida de los resultados y del desempeño de los empleados en sus puestos de trabajo.
- **Desarrollo de carreras.** Es la gestión de la secuencia de puestos y cargos ocupados por una persona a lo largo de su vida profesional.
- **Salarios y recompensas.** Recoge el conjunto de compensaciones y beneficios que obtienen los empleados a cambio de su trabajo y de su desempeño.

d.1 Estándares derivados de las buenas prácticas

- La empresa ha definido los perfiles de los puestos de trabajo (aptitudes, habilidades, formación y experiencia).
- La empresa ha definido el proceso de selección de personal.
- La empresa cuenta con un archivo con los datos del personal.
- La empresa cuenta con un programa de inducción para el personal.
- La empresa evalúa periódicamente el rendimiento del personal (calidad y cantidad del trabajo, relaciones laborales).
- La empresa cuenta con un programa de capacitación para el personal.

- La empresa emplea estrategias para mantener motivado al personal.
- La empresa lleva a cabo reuniones frecuentes a fin de tratar temas relacionados con el trabajo.
- La empresa garantiza la igualdad de oportunidades a los empleados.
- La empresa fomenta y difunde entre sus empleados la práctica de valores y principios éticos.
- La empresa comunica al personal los resultados alcanzados en cuanto a los servicios y la satisfacción del cliente.
- La empresa ha establecido mecanismos para que el personal comunique sus sugerencias sobre el servicio.
- La empresa respeta la jornada laboral establecida por ley.
- La empresa brinda remuneraciones establecidas en la legislación laboral.
- La empresa cumple con brindar los beneficios sociales a los empleados

e) Gestión de suministros y proveedores

Casanueva, García y Caro (2000), manifiestan que este elemento incluye todas las empresas de cuyos bienes las empresas turísticas se abastecen o cuyos servicios contratan para desarrollar su actividad. Es muy importante la calidad de los productos y servicios adquiridos a los proveedores porque de ellos depende la calidad del servicio final ofrecido

al turista; Ramírez (2002), pone de manifiesto la responsabilidad de estos, indicando que éstos deben ser responsables asimismo de la calidad en los insumos que ofrecen, extendiéndose este concepto a los subcontratistas y fabricantes que se relacionen con las entidades y empresas turísticas.

Para Rainforest Alliance (s.f.), la gestión de proveedores es hacer coincidir los intereses de nuestros proveedores con los de nuestra empresa y finalmente, con los de nuestros clientes. Es establecer canales de comunicación, de intercambio y de colaboración entre los

proveedores, nuestra empresa y los clientes finales, por otro lado, para Hospitality & Service University (s.f.), esta corresponde a todas las acciones que se debe ejecutar para obtener los insumos necesarios para preparar y servir los alimentos y bebidas. Incluye Compra, Negociación, Transporte y Manipulación de Insumos.

e.1 Estándares derivados de las buenas prácticas

- La empresa ha definido criterios para la selección de proveedores.
- La empresa cuenta con un registro con las características y datos de sus proveedores.
- La empresa ha definido las condiciones de pedido, entrega y pagos.
- La empresa emplea formatos para formalizar sus pedidos.

- La empresa ha establecido los horarios y procedimientos para la recepción de los productos.

f) Gestión de seguridad

La seguridad empresarial debe tratarse como un todo. La perspectiva de seguridad empresarial contempla: los elementos laborales, de higiene y salubridad, la prevención de actos delictivos y los accidentes en las operaciones turísticas. Esto debido a que la seguridad es uno de los aspectos que más influyen en la decisión de compra de servicios turísticos. Según Rainforest Alliance (s.f.).

La gestión de la seguridad promueve la protección de la vida y salud de los colaboradores y de los clientes-visitantes. También impulsa la conservación de los equipos, herramientas e información de la empresa, permitiendo determinar las causas de las condiciones inseguras y tomar acciones correctivas para evitarlas o por lo menos disminuirlas.

Van Duynen, y Carré (2011) La empresa debe preocuparse por ofrecer un ambiente accesible, seguro e higiénico, no solamente para sus clientes sino para sus empleados y colaboradores.

f.1 Estándares derivados de las buenas prácticas

- La empresa ha identificado sus riesgos y peligros (reales y potenciales).
- La empresa ha desarrollado planes para minimizar las

situaciones de riesgo y peligro.

- Se brinda capacitación al personal en temas de seguridad □

La empresa cuenta con planes para atender emergencias (naturales, accidentes, enfermedades).

- La empresa cuenta con equipos y dispositivos de seguridad tanto para los clientes como para los empleados.
- La empresa ha implementado programas de simulacros y prácticas de seguridad.
- La empresa cuenta con el certificado de Defensa Civil.
- La empresa dispone de un listado actualizado de contactos para la atención de casos de emergencia.

g) Gestión financiera y contable

Raindforest Alliance (s.f.), indica que un sistema financiero permite analizar cómo es el flujo del dinero en la empresa, en qué condiciones se consiguen fondos y cómo se administran, lo que aunado al establecimiento conjunto de un buen sistema contable, se contará con información real y útil para tomar decisiones económicas.

Con lo que respecta al financiamiento, para Casanueva, García y Caro (2000), éste intenta decidir sobre la mejor forma que tiene para obtener los recursos financieros necesarios para emprender sus operaciones (decisiones de financiación) y también sobre la forma en que se materializa ese dinero en instalaciones, equipos y materiales necesarios

para dichas operaciones, Para Montaner (1996), La financiación es el conjunto de fuentes y medios con los que una empresa turística obtiene los recursos necesarios para la realización de sus fines. Las fuentes de financiación que tiene la empresa son de dos tipos:

- **Fuentes internas o propias:** Las fuentes internas o propias son aquellas que tienen su origen en el interior de la empresa, como consecuencia del ahorro efectuado por la misma.
- **Fuentes externas o ajenas:** Las fuentes de financiación externas o ajenas son aquellas que proceden del exterior de la empresa, a través de diferentes instituciones financieras, nacionales o extranjeras, como bancos, cajas de ahorro, particulares, etc.

h) Gestión de comunicación y marketing

Rainforest Alliance (s.f.), indica que la comunicación es la herramienta para dar a conocer los productos y servicios de una empresa, al grupo objetivo de clientes. Requiere de una planificación y de un enfoque estratégico para que los potenciales clientes comprendan de manera integral los productos y servicios que se ofrecen. El mercadeo o marketing se ocupa de estudiar y dar soluciones referentes a los mercados, los clientes o consumidores (sus necesidades, deseos y comportamiento) y sobre la gestión del mercadeo (o gestión comercial) de las empresas.

Nanclares (2001), nos comenta sobre los modos más efectivos de publicidad, la cual es dar a conocer al público en general el producto/servicios que se elabora. La publicidad más efectiva y económica en hostelería-alimentación la hacen los mismos consumidores, la transmisión boca a boca. Para que se origine esta reacción es necesario que el producto/servicio ofrecido sea: aceptado, recordado y recomendado. Marketing Publishing (2007), indica que usualmente, las pequeñas empresas dependen, para establecer el contacto inicial con sus consumidores o clientes, de las actividades de venta y de la comunicación informal o boca a boca.

Nanclares (2001) recomienda establecer contacto con los periódicos, la radio y la televisión locales e invitarlos en ocasiones a tomar una copa y degustar algún platillo especial es otra manera económica de estrechar nexos de cooperación a futuro.

El objetivo de la publicidad es ampliar el número de consumidores y, como consecuencia, las ventas. Los resultados que se esperan son:

- a) Conseguir mantener a los consumidores habituales.
- b) Evitar pérdidas de consumidores.
- c) Aumentar el número de consumidores.

No es suficiente poseer buenas instalaciones, buen servicio y buena calidad en el producto (elementos endógenos). Una inteligente campaña

publicitaria, utilizando procedimientos convencionales (elemento exógeno), fortalecerá el número de consumidores; además indica que dentro de las maneras de dar a conocer un restaurante tenemos a la comunicación personal, la comunicación impresa y la comunicación transmitida. La comunicación personal es un medio efectivo y económico para captar clientes. Es interesante también crear un banco de nombres y direcciones de clientes (eventuales y habituales) a quienes al aproximarse el día de su onomástica, festividades navideñas, fin de año, aniversarios, etc., se les felicite por correo normal o electrónico, y se les recuerde que el restaurante está a su disposición.

La comunicación impresa se puede hacer a través de periódicos, revistas, guías turísticas y vallas. En todas las comunidades existen periódicos destacados que tienen mayor tirada y que son leídos por mayor número de personas. Donde mayor atención se presta al mensaje publicitario en periódicos es en las páginas dedicadas al entretenimiento, ocio y deportes. Las revistas tienen una vigencia más perdurable que los periódicos.

Las publicaciones son más espaciadas que los periódicos y causan un efecto de mayor duración. Las guías turísticas son un tipo de publicación que atiende a una segmentación geográfica específica, la distribución es gratuita en oficinas de turismo, negocios anunciantes y los resultados son buenos. Las vallas exponen un mensaje estático, habitualmente ubicado en los márgenes de las vías de tránsito de vehículos

en forma de cartel, anclado al suelo, pudiéndose anunciar la cercanía del servicio del alojamiento; es de bajo coste y origina innumerables impactos publicitarios a cualquier hora del día.

La comunicación transmitida se refiere a la comunicación percibida a través de la vista y/o el oído, dentro de la que tenemos a la radio, la televisión y el Internet. Dentro de estos tres medios publicitarios, el que supone mayores costos es la televisión; Internet permite hacer campañas publicitarias a través de correo electrónico y banners publicitarios.

El autor agrega que para un mejor uso de la publicidad es conveniente que el mensaje que se transmite sea veraz acerca de las cualidades del producto. No hay nada más decepcionante para el consumidor que sentirse engañado.

Según Philip Kotler, define la mercadotecnia como la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo por un beneficio. La mercadotecnia identifica las necesidades insatisfechas y deseos. Se define, mide y cuantifica el tamaño del mercado identificado y el potencial de ganancias. Señala qué segmentos la compañía es capaz de servir mejor y diseña y promueve los productos y servicios adecuados.

La mercadotecnia incluye la investigación, la selección, la comunicación (publicidad y el correo directo) y a menudo las relaciones públicas. El marketing es a las ventas como la labranza de la siembra es a

un agricultor. Prepara a una audiencia para recibir un argumento de ventas directo. Explica María Elena Bianco

h.1 Estándares derivados de las buenas prácticas

- La empresa cuenta con un estudio de mercado, considerando las características tanto de la competencia como de la demanda.
- La empresa cuenta con una marca y eslogan atractivo y coherente con el servicio que brinda.
- La empresa diseña sus servicios de acuerdo a las necesidades y expectativas de sus clientes
- La empresa mantiene un registro de sus clientes
- La empresa firma convenios con el fin de incrementar la demanda del establecimiento
- La empresa ha establecido el precio de sus productos o servicios en base a un estudio de mercado
- La empresa emplea medios de comunicación masivos para promocionar su oferta
- La empresa difunde información coherente con el servicio que brinda
- La empresa provee información al cliente sobre las condiciones de prestación del servicio
- La empresa cuenta con tarifarios de su oferta gastronómica
- La empresa exhibe en un lugar visible la oferta gastronómica con sus respectivos precios

- La empresa exhibe en un lugar visible las formas de pago aceptadas en el establecimiento.

2.5.3.2. Buenas prácticas en equipamiento e infraestructura

Para Martín (2004), Si bien en el logro de la calidad el factor humano es determinante, también hay que considerar los aspectos tangibles de la calidad; por lo que también habrá que prestar atención a las instalaciones, equipos y materiales (mobiliario, uniformes, cristalería, vajilla, decoración, etc.) de la empresa y, relacionado con éstos, a la higiene y la seguridad.

Hospitality & Service University (s.f.), refiriéndose a la infraestructura, señala que el Soporte Físico es el escenario en el que serán puestos los actores (el personal de la tienda, banco, hotel, restaurante, etc.), y su objetivo es facilitar la interacción entre el Personal en Contacto y el cliente, y favorecer y motivar las actitudes y comportamientos que condicionan un buen servicio.

Rainforest Alliance (2006), señala que una infraestructura efectiva aprovecha los recursos naturales y culturales de la zona, ayuda a ahorrar y a no hacer daño al ambiente.

a) Exterior

El exterior de un establecimiento se constituye en un medio de publicidad y proyección del servicio que se ofrece, por lo cual las empresas

deben prestar mucha atención a su diseño y mantenimiento, para Océano Centrum (s.f.), La ubicación y la decoración de un hotel dice mucho del mismo.

Es necesario disponer de una fachada atractiva, bien cuidada e iluminada, ya que en muchos casos puede influir en su elección.

a.1 Estándares derivados de las buenas prácticas

- El establecimiento se ubica en un lugar accesible
- Existe limpieza en el entorno
- El establecimiento se ubica en una zona segura
- Cuenta con un panel visible y atractivo en la fachada
- Presenta el icono de clasificación y/o categorización
- Cuenta con buena iluminación
- Presenta acceso especial para discapacitados
- Cuenta con estacionamiento privado o existe uno cercano
- Cuenta con espacios verdes alrededor, los cuales están bien cuidados
- Cuenta con un acceso independiente para los proveedores y el personal.
- Cuenta con un ambiente exclusivo para recepción y reservas.
- Muestra el libro de reclamaciones en un lugar visible, cumpliendo con las normas legales vigentes.

- Cuenta con extintores en cada uno de los pisos y en la recepción del establecimiento. Se recomienda tener un extintor por piso, cumpliendo con las normas de seguridad vigentes.

b. Recepción

El departamento de recepción es la tarjeta de presentación del hotel. Tiene gran importancia de cara a la clientela, ya que es el primer departamento con el que el cliente tiene relación, bien sea de una forma personal a su llegada, bien a través de cualquier medio de comunicación, teléfono, fax, carta, etc., si hace reserva antes de su llegada

La recepción es uno de los lugares más importantes del hotel para el huésped y el mismo hotel. En este lugar el huésped se registra, se solucionan varios de sus problemas, recibe información del hotel y del destino, recibe y entrega mensaje.

b.1. Estándares derivados de las buenas prácticas

- Se ubica en un lugar de fácil acceso.
- Exhibe las licencias correspondientes.
- Cuenta con un palomar adecuado y bien ubicado.
- Cuenta con una distribución y mobiliario adecuado.
- Cuenta con un botiquín.
- Posee una decoración cálida y armoniosa.
- Cuenta un lugar seguro destinado para almacén de equipaje.
- Cuenta con equipos como teléfono y computadora para

facilitar el trabajo del personal.

- Cuenta con materiales necesarios para realizar el registro del huésped.
- Cuenta con un tarifario visible, así como con un recuadro donde se indica la hora de check in y check out.
- Las llaves cuentan con llaveros enumerados y en buen estado.
- Cuenta con un rack para material publicitario e informativo.
- Cuenta con extintores.
- Cuenta con señalización de seguridad y luces de emergencia.
- Cuenta con iluminación adecuada.
- Cuenta con una ventilación adecuada.
- Presenta un olor agradable.
- Las condiciones de limpieza son óptimas.
- Cuenta con un buzón de sugerencias.

c. Oficinas

Es recomendable que la empresa destine un ambiente para poder organizar la documentación de la empresa, y también para ser destinado a trabajos administrativos.

c.1. Estándares derivados de las buenas prácticas

- Cuenta con una oficina administrativa. En caso de no poder contar con un ambiente privado, separarlo, determinarlo mediante separadores provisionales, como biombos, muebles, repisas.

- Cuenta con los insumos básicos (escritorio, estantes para archivos, pizarra, artículos para oficina y calculadora) en cantidad suficiente para poder realizar un correcto desempeño de su labor. Si las posibilidades económicas no permiten contar con los suficientes insumos de oficina para esta área, buscar la manera organizada de compartir algunos de estos con otras áreas; sin embargo, definitivamente habrá artículos de oficina que serán sólo de uso administrativo y viceversa.

d. Áreas de personal

MINCETUR (2008), considera que el establecimiento debe facilitar al personal espacios adecuados para el cambio de vestimenta, en los cuales la ropa de trabajo no debe entrar en contacto con la ropa de uso personal. Dichos ambientes o vestuarios deben estar separados de los servicios higiénicos, contar con apropiada iluminación, ventilación y mantenerse en buen estado de conservación e higiene, asimismo contar con materiales de apoyo, tales como bancas, sillas y sistemas de seguridad.

d.1. Estándares derivados de las buenas prácticas

- La empresa cuenta con un área destinada para que los empleados dejen sus pertenencias.
- La empresa cuenta con servicios higiénicos para el personal.

- La empresa cuenta con un área destinada para que los empleados tomen sus alimentos.

e. Áreas comunes

MINCETUR (2012), se considera como áreas comunes, a las áreas que utiliza el huésped, el personal y el público en general en horario determinado por el establecimiento; a su vez se clasifican en: zonas externas (fachadas y ubicación), zonas nobles (uso exclusivo de los huéspedes) y zonas internas (oficinas, vestidores, comedor, etc.). Su objetivo es brindar al personal y público en general confort, adecuado estado de funcionamiento, limpieza y así tener un impacto agradable a la vista. Son fundamentales para causar una buena impresión desde el primer contacto con el huésped.

e.1. Estándares derivados de las buenas prácticas

- Los pasadizos cuentan con señalización de seguridad y extintores
- Los pasadizos cuentan con luces de emergencia
- Los pasadizos cuentan con una decoración armoniosa con el estilo del establecimiento
- Los pasadizos y escaleras se encuentran permanentemente limpios
- Los pasadizos y escaleras cuentan con buena iluminación
- Se cuenta con una sala de estar con lo necesario (muebles, revistas, TV) y en buenas condiciones de limpieza

- Se cuenta con servicios higiénicos diferenciados por sexo
- Los servicios higiénicos cuentan con los suministros necesarios permanentemente
- Los servicios higiénicos están permanentemente limpios.
- Las escaleras, se mantienen limpias y seguras. No es necesario que estén alfombradas, pero sí limpias, en buen estado y seguras. Colocar antideslizantes y pasamanos.

f. Habitaciones

Las habitaciones tienen como objetivo brindar comodidad a los huéspedes y a la vez deben estar equipados para brindar mayor confort durante su estadía y momentos de descanso.

Las habitaciones son la razón de ser de todo establecimiento de hospedaje.

Una habitación de calidad debe cumplir con 3 aspectos: perfecto estado de limpieza, correcto estado de funcionamiento y buena presentación.

Según Ahmad Ismail (2001), habitación de hotel implica comodidad, privacidad, seguridad para sus ocupantes. Los hoteles ofrecen diferentes tipos de habitaciones que varían en tamaño, lujo y comodidades. El aspecto de una habitación de hotel se ve afectado por la ubicación del

hotel mismo, su mercado y el nivel del servicio prestado. los tipos de habitaciones de hotel también varían según el número de ocupantes.

Cuando el cliente se hospeda en un hotel, uno de los elementos que pone especial atención es el tipo de habitación que va a escoger. Si bien es cierto que hay varios tipos y que muchos de éstos pueden adaptarse a las necesidades de algún huésped, hay factores como el precio y el número de personas que tiene que ser analizados antes de tomar una decisión.

Tipos de Habitaciones

- **Individual:** Ideal para quienes viajan solos. No tienes más espacio del que necesitas, y además el precio se adecúa a las necesidades de todos aquellos huéspedes que buscan tener un lugar tranquilo para descansar en sus viajes de placer o negocios.
- **Doble de uso individual:** Este tipo de habitaciones suelen ofrecerse cuando el hotel, a falta de poder ofertar una habitación con una cama pequeña, dispone al huésped una habitación diseñada para dos personas; obviamente, al ser de mayor tamaño, su precio se eleva.
- **Habitación doble:** Como su nombre lo indica, esta clase de habitaciones son para dos personas. Las camas varían, pueden ser matrimoniales o dos camas individuales independientes.
- **Con cama supletoria:** Estas habitaciones son ideales para quienes viajan con algún menor de edad. Si bien existe un costo por la cama

adicional, usualmente suele ser más barato que contratar una habitación triple. Dependiendo de la edad del niño

se coloca la cama que mejor le acomode. Algunos hoteles incluso cuentan con cunas para bebés.

- **Habitación triple:** Simple: estas habitaciones cuentan con 3 camas, o 2 más una supletoria. Es perfecta para los viajes con tus amigos.
- **Junior Suites:** cuentan con habitación doble, baño y salón.
- **Suites:** Conocidas por ser las mejores y más lujosas habitaciones en cualquier hotel, cuentan con dos habitaciones dobles, 2 baños, salón y estancia. Por supuesto, su precio es el más elevado. Las suites más completas y lujosas suelen recibir el nombre de **Suite presidencial**, y generalmente son reservadas para personajes distinguidos.
- **Suite nupcial:** Pensada para aquellas parejas recién casadas y que quieren disfrutar de una luna de miel con privacidad e intimidad, estas habitaciones en los lugares más exclusivos de los hoteles (generalmente acompañadas sólo por la suite presidencial). Además de una cama matrimonial amplia, generalmente cuentan con jacuzzi y una vista única.

f.1. Estándares derivados de las buenas prácticas

- Las habitaciones cuentan con numeración en el exterior
- La cerradura de la puerta brinda seguridad

- La decoración es agradable y armoniosa con el estilo del establecimiento

□

La limpieza es óptima

- Cuenta con el reglamento del establecimiento
- Cuenta con un plano de ubicación de la habitación y las salidas de emergencia
- Cuenta con mobiliario y equipamiento básico para el confort del cliente
- Cuenta con mobiliario y equipamiento complementario
- La distribución del mobiliario es la adecuada
- Se mantiene un patrón común en los blancos
- Cuenta con baño propio con los implementos necesarios
- Las instalaciones sanitarias del baño se encuentran en buen estado y en funcionamiento
- El baño cuenta con amenities con una buena presentación
(shampoo, crema dental, acondicionador).
- El olor de la habitación es agradable
- La habitación cuenta con aislamiento acústico.
- Se cuenta con un sistema de agua caliente las 24 horas del día, que no es activado por el huésped
- Se cuenta con sistemas de ventilación
- Se cuenta con material informativo y de escritorio.

g. Almacén de pisos

MINCETUR (2008), indica que los almacenes o áreas de almacenamiento deben ser de material resistente que permita una fácil

limpieza, deben mantenerse limpios, secos, ventilados, protegidos contra el ingreso de animales como roedores y personas ajenas al servicio, asimismo se debe limpiar con frecuencia las bandejas o anaqueles.

Según Instituto para la Calidad Turística Española - ICTE (2000), el office de pisos o almacén de planta es como un cuarto de trabajo y almacén en donde las camareras guardarán ropa, utensilios y productos de limpieza.

Dentro del office, los artículos estarán divididos de la siguiente forma:

1. Lencería
2. Útiles y productos de limpieza
3. Productos para reposición de minibares
4. Carro de pisos.

Características del office de planta

- Hay un office en cada planta
- Deberá estar bien situado, junto a la escalera de servicios y el montacargas, facilitando la reposición de stock y el intercambio de ropa con lavandería.
- Es el punto de partida de todos los trabajos que desarrolla la camarera en la planta.
- Deberá estar dotado de toda la maquinaria necesaria.

□

Una buena organización, permitirá aprovechar el máximo espacio y supondrá un ahorro de tiempo.

g.1 Estándares derivados de las buenas prácticas

- Se cuenta con almacenes de pisos en cada uno de los pisos del establecimiento
- Cuenta con estantes en buen estado
- Se cuentan con kardex para el control de los inventarios
- Cuenta con equipos, utensilios, materiales de limpieza y ropa de cama
- Se encuentra ordenado y limpio
- Los productos de limpieza están etiquetados

h. Comedor

Corral (2006) El comedor es el centro de la actividad y su imagen depende en gran parte del personal. Recuerda que tú eres el representante de ventas del hotel, depende como lo atiendas, le sugieras el menú, de tu trato para que nuestro huésped, se sienta satisfecho por el servicio.

Sánchez Feito (2000), manifiesta que el comedor es el espacio físico destinado a la prestación del servicio de comidas y bebidas. No hay que olvidar que este espacio lo utiliza tanto el cliente como el propio personal. El objetivo básico que debe plantearse en el diseño del comedor es la consecución de un ambiente adecuado en función de una serie de factores que influyen en este ambiente, como son:

El local, sus dimensiones y su ubicación. El espacio destinado al servicio de comidas debe cumplir una serie de requisitos mínimos:

- Ser lo suficientemente amplio para atender a un determinado número de clientes, que permita al establecimiento obtener una rentabilidad adecuada.
- Facilitar la circulación del personal de servicio y de los clientes.
- Permitir la localización y el acceso de forma sencilla por parte de los clientes.

Características de construcción. Como norma general, los materiales que se empleen en la construcción y decoración de la sala deben estar de acuerdo con la categoría del establecimiento y del ambiente que se quiera crear.

h.1 Estándares derivados de las buenas prácticas

- El comedor se encuentra ubicado en un lugar de fácil acceso
 - La decoración es agradable y armoniosa con el estilo del establecimiento
 - Se cuenta con sistema de ventilación
 - El olor es agradable
- El mobiliario está en buen estado de conservación y limpio
- El mobiliario se ha distribuido de forma adecuada

□

facilitando la circulación

- Se cuenta con equipos de música y televisión
- Las cartas están en buen estado y con los precios actualizados
- Cuenta con señalización de emergencia y extintores
- Se cuentan con estaciones de servicio debidamente organizadas
- Se dispone de utensilios, vajilla, cristalería y mantelería en cantidades suficientes para atender las necesidades de máxima ocupación
- Se emplean utensilios, vajilla, cristalería y mantelería acordes a las características del establecimiento y están en perfecto estado de conservación.

i. Cocina

Para MINCETUR (2008), Las cocinas bien diseñadas hacen más fácil el trabajo de mantener alimentos sanos ya que facilitan la limpieza y desinfección reduciendo los peligros de contaminación cruzada y al contar con la fluidez necesaria para el proceso de elaboración, desde la preparación previa hasta el servido, disminuyendo el tiempo que los alimentos pasan en la zona de temperatura de peligro (5o C a 60o C). En tal sentido, se recomienda que la cocina cuente con un área suficiente para abastecer el número de raciones según el movimiento del establecimiento,

que está ubicada próxima al comedor y además cuente con fácil acceso al de almacenamiento de las materias primas.

Según el Programa de Asistencia a Pequeños Hoteles de Centroamérica (2006) La cocina es el centro y corazón de los alimentos de los restaurantes, comedores, room service, banquetes, etc. En ella se preparan todas las comidas que se hacen figurar en las distintas cartas menú de los locales y de las habitaciones.

i.1. Estándares derivados de las buenas prácticas

- La cocina cuenta con suministro de agua permanente, la iluminación es adecuada.
- Se cuenta con un sistema de ventilación adecuado
- El piso es de un material antideslizante y de fácil limpieza
- Las paredes están revestidas con material liso y de fácil limpieza
- Se cuenta con una campana extractora en buenas condiciones
- Los equipos están en buen estado y limpios
- Los utensilios de cocina están en buenas condiciones
- Presenta condiciones de limpieza adecuadas
- Se disponen de contenedores de desperdicios ubicados de forma adecuada y limpia.

2.5.3.3. Gestión del servicio

Para MINCETUR (2011). Reservas y Recepción es un área de suma relevancia para el establecimiento de hospedaje, pues se halla en continuo contacto con el huésped desde la reservación hasta la despedida y facturación. De tal manera, que tienen una serie de moments of truth (momentos de la verdad) frente al mismo.

2.5.3.3.1. Estándares derivados de las buenas prácticas

- El personal está uniformado e identificado
- El personal proyecta una imagen pulcra
- El personal conoce la oferta del establecimiento
- El personal conoce el entorno geográfico del destino en el que se ubica el establecimiento
- El personal demuestra amabilidad y cortesía
- Se cuentan con formatos que facilitan el trabajo del personal

a. Reservas

Hoatitality & Service University (s.f.) Corresponde a las acciones necesarias para tomar y registrar el pedido o necesidad de acomodación del cliente, ya sea persona o grupo que requiera de un bloqueo de habitaciones.

Según Gallego (2002), El proceso de reservas es el primer contacto importante entre el huésped y el hotel, un agente de reservas debe estar

preparado para responder rápido y con precisión a los pedidos de futuras estadías (debe tener toda la información presente y en forma precisa, para evitar equivocaciones). La tramitación debe ser hecha en el menor tiempo posible para que los agentes de reservas dispongan de más tiempo para la atención de los detalles y para vender los servicios variados del hotel. Realizan dicha tarea operativa los agentes de reservas, los cuales deben tener un muy buen manejo de idiomas y claridad de expresión, son supervisados por un gerente de reservas.

Para MINCETUR (2011). La gestión de Reservas tiene como finalidad la optimización de la ocupabilidad del hospedaje. Por consiguiente, permite llevar una proyección de reservas con el transcurso de los meses. Por este motivo es necesario establecer parámetros para gestionarlas efectivamente.

Según Corral (2005) es un acuerdo verbal o escrito entre el hotel y el Pax. El hotel se compromete a prestar alojamiento y servicios para una fecha determinada y por un período establecido. El huésped se compromete a pagar por el servicio lo que corresponda.

Las reservas pueden llegar personalmente, por carta, fax, telegrama, télex, teléfono, correo electrónico, Internet.

Las Reservas pueden ser:

- **Determinadas:** se le da N° de habitación al PAX ó este solicita tal habitación. Como desventaja le quita movilidad al planning.
- **Indeterminada:** es según el tipo de habitación solicitada (twin, matrimonial, etc.) Este tipo utiliza el planning numérico.
- Formas de Reservas:
- **Directa:** el PAX reserva directamente con el hotel sin intermediarios.
- **Indirecta:** interviene un intermediario (ej. Agencia de viaje).

Tipos de reservas:

- **Garantizadas:** el PAX realiza un depósito o seña (puede ser directa o indirecta) y se le da una fecha límite para realizarla.
- **No garantizada:** es cuando la reserva es provisoria. Cuando el Pax no da seña se le da una hora límite de llegada.
- **De Grupos:** Son varias habitaciones reservadas para una misma fecha, por una misma persona o empresa.
- **Denegadas:** es cuando no se puede aceptar una reserva. Se le dan las disculpas al PAX y se le recomienda un hotel

que tenga las condiciones que piden pero que no sea mejor que el nuestro (picardía para no perder cliente).

- **Cancelada:** por el cliente o por el hotel (este último debe dar una solución de inmediato)

a.1 Estándares derivados de las buenas prácticas

- Se cuenta con un sistema que permita controlar las reservas
- Las reservas se responden en los plazos establecidos
- Las reservas se documentan indicando datos del huésped, características y cantidad de habitaciones, datos de contacto, etc.
- Se informa sobre las políticas del establecimiento y las condiciones de la reserva
- Se reconfirma la información de la reserva con el cliente
- Se despide con amabilidad agradeciendo la reserva
- Se informa a recepción sobre las reservas atendidas.

b. Atención del teléfono

Hostility & Service University (s.f.) Corresponde a las acciones que debe ejecutar el personal para gestionar llamadas y servicios asociados desde y hacia el cliente.

Según Corral (2005), es importante este servicio ya que durante la comunicación telefónica (tanto externa como interna), el cliente tiene la percepción acerca del servicio que brinda el establecimiento, por ello:

Revise los aparatos telefónicos tanto de la recepción como de las habitaciones, los que estarán en buen estado de conservación y uso, de manera tal que no obstruyan o dificulten la comunicación.

Las personas que receptionan las llamadas externas e internas en el establecimiento (ya que no siempre lo hace el recepcionista), deberán:

- Entender al menos el idioma inglés, especialmente cuando se trabaja con turismo receptivo.
- Estar en la capacidad de atender un requerimiento o ayudar a resolver los problemas o inquietudes de los huéspedes y/o clientes.
- Seguir un patrón único y determinado para contestar desde el inicio, que debe incluir: el saludo, la identificación del establecimiento y el nombre de la persona que atiende.
- Demostrar un tono de voz cordial que transmita confianza y seguridad a la persona que llama.
- Conocer bien el funcionamiento del teléfono y/o de la central telefónica.
- En cuanto a las normas y procedimientos durante la comunicación telefónica, sea externa o interna, tomar en cuenta lo siguiente:

- Recepcione toda llamada telefónica entrante, y asegúrese que el mensaje sea claro y preciso. Retransmítalo inmediatamente al huésped y/o cliente o apenas llegue al establecimiento.
- Conteste de inmediato toda llamada telefónica entrante, la que no debe superar la tercera timbrada.
- No deje esperando una llamada contestada a una persona por más de tres minutos detrás de la línea, caso contrario, consulte si desea seguir esperando o tome nota de su nombre y teléfono para devolverle luego la llamada.
- No ocupe la línea telefónica con llamadas personales, salvo casos de emergencia o para una comunicación muy puntual.

b.1. Estándares derivados de las buenas prácticas

- Se contesta antes de la tercera timbrada
- Se saluda indicando el nombre del establecimiento y el de la persona que responde
- Se emplea un tono de voz claro y amable
- Se cuenta con una libreta para registrar los recados
- Se pide el nombre a quien llama para poder personalizar el servicio
- Se despide con amabilidad agradeciendo la llamada
- Se lleva un control exhaustivo de las llamadas telefónicas.

c. Ingreso del huésped

Hospitality & Service University (s.f.) Corresponde a las acciones que se deben realizar al momento de recibir a un huésped en el hotel y donde se le saluda con una cordial bienvenida, se verifica la existencia de su reserva y la disponibilidad de habitaciones, se establece la forma de pago y se le asigna la habitación.

Según Navarro (2009)

El proceso de Check-in es el momento en que una vez que el cliente ha arribado a la instalación se procede a registrarlo como huésped del hotel, donde se produce el chequeo de los documentos necesarios y la toma de datos en la tarjeta de huésped o ficha del cliente(huésped), que la instalación habilita al efecto.

El Check-in es importante porque constituye uno de los momentos principales dentro del trabajo de los recepcionistas, es un procedimiento altamente técnico en el cual se muestran las habilidades más necesarias de un buen anfitrión, amabilidad, cortesía, discreción, excelente uso de los idiomas, rapidez y destreza en el manejo de su actividad. En realidad este momento es decisivo para la estancia exitosa del huésped en la instalación, pues de estos primeros instantes ante el Recepcionista el cliente obtiene una visión general de cómo será el servicio en la instalación.

Debemos recordar que el cliente ve en el Recepcionista una representación de la gerencia del hotel, ve la imagen misma del producto

que le estamos ofreciendo. La experiencia ha demostrado que la primera impresión marca positiva o negativamente y como el Check - in forma parte de esta primera impresión este debe ser realizado con calidad, en otras palabras, cero errores, hacerlo todo bien y con la destreza necesaria para que la estancia del cliente ante nosotros sea agradable y sin demoras.

c.1. Estándares derivados de las buenas prácticas

- La empresa dispone de un método para gestionar el ingreso de los huéspedes
- El personal de portería ayuda al huésped a bajar de vehículo, saluda y ofrece ayuda con el equipaje
- El personal de portería acompaña al huésped hasta la recepción para el registro
- El personal de recepción saluda con amabilidad al huésped y consulta si tiene reserva
- El personal de recepción informa sobre las condiciones de la reserva o de la habitación
- El personal de recepción orienta al cliente en el llenado del registro
- El personal de recepción solicita el documento de identidad al huésped y le saca una copia
- El personal de recepción aplica las políticas de cobro del establecimiento
- El personal de recepción asigna la habitación de acuerdo a las necesidades del cliente

- El personal de recepción informa sobre los servicios del establecimiento
- El personal de recepción entrega las llaves y control remoto al botones
- El personal de recepción apertura la cuenta del huésped e informa a las demás áreas sobre el ingreso
- El botones ayuda con el equipaje y conduce al huésped a la habitación
- El botones toca la puerta antes de abrir la habitación
- El botones ingresa a la habitación e invita a pasar al huésped
- El botones coloca el equipaje en el lugar establecido
- El botones verifica e indica el funcionamiento de los equipos y verifica la dotación de suministros de la habitación
- El botones se despide del huésped deseándole una feliz estadía

d. Estadía del huésped

Hospitality & Service University (s.f.) corresponde a las acciones que se deben realizar para atender y dar respuestas a necesidades y requerimientos de los clientes.

Según Navarro (2009), comprende las actividades del huésped dentro del hotel, solicitudes de servicio, información y quejas para satisfacer las expectativas de los clientes. La atención de solicitudes, información y quejas necesita de la coordinación interdepartamental, en la

cual estarán involucradas todas las áreas del hotel para dar una atención oportuna y eficiente.

d.1 Estándares derivados de las buenas prácticas

- El personal atiende las necesidades y pedidos del huésped de modo diligente
- No se brinda información del huésped a terceras personas
- El personal de recepción registra todos los consumos del huésped
- El personal de recepción elabora el reporte de ingresos
- El personal de recepción emplea el cuaderno de ocurrencias
- El personal de recepción brinda información sobre sitios de interés y actividades sociales y culturales
- El personal de recepción atiende y da solución a las quejas de los clientes

e. Salida del huésped

Hospitality & Service University (s.f.) involucra las acciones de preparar el estado de cuenta del pasajero, recibir el pago y dar la despedida al cliente.

Según Corral (2006), el check out es el momento en que una vez vencido el tiempo pactado en la reservación, el huésped solicita a la recepción el estado de su cuenta con el objetivo de analizarla, y una vez satisfecho con los cargos hechos, abonar la cantidad señalada en el saldo

total de dicha factura, para posteriormente marcharse del hotel. Momento de verdad donde el recepcionista maneja a la vez la atención al cliente con toda la técnica requerida, el análisis de la cuenta del huésped, sus preguntas o dudas respecto a los cargos hechos y el control de la documentación requerida para el cobro al cliente.

Es en el check-out que ocurre el cierre de la venta. En este momento el cliente toma conocimiento de cuánto tendrá que pagar. Y eso lo vuelve muy exigente, pues a cambio de su dinero, además de alimentos saludables y productos de calidad, él quiere atención y respeto.

Por esa razón, además de realizar correctamente sus funciones, operadores de check-out desempeñan un importante rol: encantar a los clientes.

✓ **Check-out time**

Es la hora establecida por la administración del hotel para que una vez que culmine el tiempo pactado en la reservación, el huésped abandone la habitación. La hora que normalmente se establece, corresponde con las 12:00 PM, aunque la administración del hotel puede variarla según convenga.

Para lograr que los clientes abandonen las habitaciones a la hora establecida en el hotel para la salida prevista, el recepcionista debe entrar en contacto con el cliente durante la mañana, usando la vía telefónica, o personalmente, para amablemente recordarle el Check-out time.

e.1 Estándares derivados de las buenas prácticas

- La empresa dispone de un método para gestionar la salida de los huéspedes.
- El personal de recepción comunica el botones la salida del huésped para que lo ayude con el equipaje.
- El botones verifica el estado de la habitación y el posible olvido de pertenencias del huésped; también, lleva el equipaje a la recepción.
- El recepcionista verifica los consumos y entrega al cliente la cuenta para que dé su visto bueno.
- El recepcionista elabora el comprobante de pago según las indicaciones del cliente.
- El recepcionista entrega el comprobante y realiza el cobro según corresponda.
- En caso de pago con tarjeta de crédito se verifica que se haya firmado la copia del cargo.
- En caso de cobros diferidos se verifica que se firme la aceptación de la factura.
- El recepcionista agradece la estadía y desea un buen viaje al huésped
- El botones conduce al huésped hasta su movilidad, despidiéndolo, agradeciendo su estadía y deseándole buen viaje.

- El recepcionista cierra la cuenta del cliente y archiva el comprobante de pago
- El recepcionista comunica al personal de limpieza el check out.

f. Limpieza de habitaciones

Hospitality & Service University (s.f.) Corresponde a las acciones y trabajo que realiza el personal para preparar y disponer las habitaciones.

Según ICTE (2000), el buen estado y confort de las habitaciones es el elemento medular en el sistema de servicios que ofrece un establecimiento de hospedaje.

La limpieza en todos los ambientes, la completa operatividad de todos los accesorios incluidos, así como el buen gusto desplegado en la decoración del lugar, son la carta de presentación inequívoca de la empresa, ante la percepción de los usuarios. Es importante por ello, ofrecer toda la comodidad y la privacidad necesaria para que el huésped disfrute plenamente del descanso y relax que espera encontrar. La idea es que el visitante tenga todo lo que necesita al alcance de la mano o cuando lo solicite.

Según Corral (2006), el tiempo que le lleva a una camarista es siete horas para la limpieza de habitaciones (30 minutos para cada habitación, dan un total de 14).

f.1 Estándares derivados de las buenas prácticas

- El personal de limpieza tiene asignado un número adecuado de habitaciones para limpiar.
- El personal de limpieza coordina con recepción la limpieza de habitaciones.
- El personal de limpieza establece prioridades en la limpieza de habitaciones.
- El personal de limpieza tiene una rutina preestablecida y una técnica adecuada para la limpieza de las habitaciones según tipo y ocupabilidad.
- El personal de limpieza toca la puerta antes de ingresar.
- El personal de limpieza ventila la habitación antes de limpiar.
- El personal de limpieza verifica el funcionamiento de los equipos y los desconecta.
- El personal de limpieza retira la ropa sucia y la basura de la habitación.
- El personal de limpieza limpia el baño empleando guantes y productos de limpieza adecuados.
- El personal de limpieza dota de suministros y toallas al baño □ El personal de limpieza limpia la habitación de forma minuciosa.
- El personal de limpieza tiende las camas según los estándares del establecimiento.

- El personal de limpieza mantiene en su lugar las pertenencias del huésped
- El personal de limpieza registra e informa a recepción sobre los objetos olvidados por los huéspedes.
- El personal de limpieza verifica el orden y limpieza de la habitación antes de salir.
- El personal de limpieza informa a recepción sobre la limpieza de la habitación.
- El personal de limpieza saluda de modo cordial a los huéspedes que encuentra a su paso.
- El personal de limpieza reporta las averías y desperfectos a recepción.

g. Limpieza de áreas comunes

Las áreas comunes del hotel son objeto de una limpieza diaria por parte del personal de limpieza. Se consideran zonas comunes las siguientes: recepción, entrada del hotel, aseos, comedor del personal, exteriores, pasamanos, cristales.

Según ICTE (2000), por áreas comunes se entienden aquéllas destinadas a su uso por la clientela del hotel, como: Vestíbulo, Bar/Cafetería, Salones, Cocina, Comedor, Piscina, etc. En las zonas comunes se tendrá especialmente en cuenta:

- Ventilación conveniente.

- Vaciado y limpieza de papeleras y ceniceros, etc.
- Eliminación de polvo y suciedad en suelos, paredes, mobiliario, cristales, elementos decorativos y elementos murales (desempolvado, limpieza cristales, barrido, fregado o aspirado) hasta techos.
- Verificación del correcto funcionamiento de luces, TV, aire acondicionado, etc.
- Lavado de cortinas, tapicerías, alfombras y moquetas en función del estado.
- Desmontaje y lavado de apliques y luminarias cerradas.
- Lavado de cristales exteriores (grandes lunas).

La frecuencia de limpieza se adaptará a las características específicas del hotel.

Las áreas de atención al público de restaurantes, bares y cafeterías deberán limpiarse tantas veces como servicios principales se ofrezcan en esas instalaciones.

Se entiende por servicio principal desayuno, almuerzo y cena, además de aquellos otros que generen un uso intensivo de las instalaciones.

Las salas dedicadas a reuniones o convenciones se limpiarán en profundidad al menos una vez al día si están siendo utilizadas.

Adicionalmente, durante su uso se realizará una limpieza ligera (ceniceros, papeleras y mesas), procurando aprovechar para ello descansos o paradas de las actividades de los clientes. Esta limpieza podrá ser realizada por el personal de restauración cuando realiza la reposición de artículos.

La limpieza de las cocinas será realizada conforme a los criterios establecidos en el procedimiento de Seguridad Alimentaria.

La zona de piscina, solarium y exteriores tendrán una limpieza permanente, prestando especial atención a papeleras y todos aquellos elementos que deban revisarse continuamente.

g.1 Estándares derivados de las buenas prácticas

- La limpieza de áreas comunes se lleva a cabo en horarios que no interrumpen a los clientes.
- Se emplean equipos de señalización para evitar accidentes.
- En caso de encontrar objetos personales de los clientes, se entrega a recepción indicando hora y lugar.
- Se verifica el funcionamiento de equipos e iluminación.
- Se reportan las averías y desperfectos a fin de ser solucionados con prontitud.
- Se evita poner elementos de limpieza interfiriendo los lugares de paso

- Antes de ingresar en zonas como los servicios higiénicos se asegura que no hay clientes o que estos son conscientes de la entrada del personal

h. Preparación de alimentos y bebidas

MINCETUR (2008) En los establecimientos de hospedaje pequeño, por lo general, el área de Alimentos y Bebidas suele centrarse básicamente en la preparación del desayuno, ya que es el servicio que se brinda siempre y está incluido en la tarifa de alojamiento en la mayoría de los casos.

Cabe destacar que en destinos turísticos donde no existe una oferta desarrollada de alimentos y bebidas, podría aprovechar la oportunidad para ofrecer almuerzo y cena también. Y según Hospitality & Service University (s.f.) Corresponde a las acciones que debe ejecutar el personal del área (cocina y bar) para preparar los alimentos y bebidas.

h.1 Estándares derivados de las buenas prácticas

- El personal de producción de alimentos lleva a cabo su tarea respetando las normas de higiene
- El personal de producción de alimentos se guía de recetas estándar para la preparación de los platos
- El personal de producción elabora los platos en el tiempo establecido

- El personal de producción cuida de la presentación de los platos terminados

i. Servicio de alimentos y bebidas

Según el Programa de Asistencia a Pequeños Hoteles de Centroamérica (2006), es un departamento que da uno de los mayores ingresos al hotel de manera complementaria, a la vez con habitaciones, conferencias y reuniones en los salones destinados a este efecto son uno de los principales responsables de la alta ocupación en esta área de servicio. El servicio de alimentos y bebidas de un hotel es el área desde la cual se coordina, a diario, las operaciones del restaurante, la cocina, el departamento de banquetes, etc.

También es un sector que emplea a una importante dotación numérica de personal.

i.1 Estándares derivados de las buenas prácticas

- El personal de atención del restaurante saluda con amabilidad a los huéspedes
- El personal recomienda una ubicación a los clientes
- El personal ayuda con las sillas a los clientes y le ofrece la carta abierta a los clientes
- El personal de atención toma los pedidos de los huéspedes, anotando las especificaciones
- El personal posee conocimientos de la oferta gastronómica

- Se sirven los platos de la mesa todos a la vez, se sirve primero a las damas, luego a los caballeros adultos y finalmente al anfitrión
- Se evita tocar los alimentos con las manos
- Durante todo el servicio se mantendrá una constante atención a las necesidades de los clientes
- En caso de clientes externos se presentará la factura cuando sea requerida por el cliente.
- En caso de huéspedes se hará firmar la comanda para ser cargada a la cuenta corriente
- Las mesas se limpiarán inmediatamente terminado el servicio
- El personal agradece la presencia de los huéspedes con amabilidad **j. Mantenimiento**

Es uno de los departamentos más importantes, ya que vela el buen funcionamiento del edificio y el equipo del hotel, para así lograr la plena satisfacción del huésped durante su estancia. Es recomendable:

- Realizar un mantenimiento periódico programado (preventivo) a todos los equipos de cómputo.
- Cuenten con antivirus para todas las computadoras y eviten abrir archivos peligrosos que puedan dañar el disco o hacer perder la información guardada.

- Realice un mantenimiento preventivo y periódico en el tanque de agua y las termas de calentamiento de agua, a fin de evitar desperfectos.
- Programe la limpieza de ductos y tuberías al menos una vez al año (se recomienda realizar en temporada baja).
- Revise diariamente los tanques, inodoros y duchas de todos los baños al momento de limpiar las habitaciones y de encontrar algún desperfecto o fuga de agua comunique inmediatamente al área de mantenimiento para su reparación inmediata.
- En caso de contar con teléfono en las habitaciones, éstos deberán funcionar perfectamente, caso contrario, deberán ser reparados al momento de detectarse el problema o cambiados por otros, antes que el huésped sienta la molestia.
- Realice una revisión periódica para toda la maquinaria y equipo con que cuenta el establecimiento en todas sus áreas, en función a su antigüedad. Elabore un programa anual de mantenimiento preventivo.

j.1 Estándares derivados de las buenas prácticas

- Las actividades de mantenimiento se llevan a cabo en momentos que no afecten la tranquilidad de los huéspedes

- Se evita hacer ruido excesivo
- Se emplean equipos de seguridad

2.5.3.4. Buenas prácticas en gestión medioambiental

Casanueva, García y Caro (2000) El entorno natural, es uno de los condicionantes fundamentales de la empresa turística. Muchas de ellas dependen en gran medida de él, y por tanto, de su conservación. Pero muchas veces el turismo ha sido considerado como un problema ambiental...sin embargo, también puede convertirse en un agente de mejora medioambiental. Sobre todo por dos factores que se están mostrando en los últimos tiempos y que deben ser la tendencia más recomendable, el turismo ecológico y medioambiental y la gestión medioambiental de las empresas turísticas.

MINCETUR (2012) Las buenas prácticas ambientales se definen como un conjunto de pautas y recomendaciones que contribuyen a una mejor calidad de vida en el entorno; aplicadas, principalmente, a través de medidas preventivas que eviten riesgos ambientales asociados a cualquier acción realizada, así como por la ejecución repetida de experiencias positivas que reducen el impacto ambiental de las actividades cotidianas.

Casanueva, García y Caro (2000) indican las razones para la gestión medioambiental de la empresa turística:

- El aumento de la conciencia ecológica de los turistas hace que estos prefieran organizaciones que demuestren un comportamiento medioambiental respetuoso.
- El ecologismo brinda la oportunidad de crear una imagen comercial positiva “lo verde vende”.
- El fomento de actividades sostenibles por parte de las instituciones públicas puede suponer una fuente de ingresos en forma de ayudas y subvenciones.
- En este mismo sentido las instituciones públicas tendrán a contratar a aquellas empresas que tengan un comportamiento respetuoso con el entorno.
- Conseguir unas mejores relaciones con nuestro entorno inmediato, con la población y las autoridades, labrando una buena imagen y un espíritu de colaboración.
- Incrementar la motivación en los empleados conscientes de la importancia de una actitud ecológica positiva.
- Una gestión ambiental adecuada permite reducir el consumo de energía y agua y, por consiguiente, los costes de la empresa.

Casanueva, García y Caro (2000), manifiesta que la gerencia de la empresa debe marcar las líneas generales de actuación respecto a la protección medioambiental. En la declaración de la política medioambiental la dirección define las directrices del comportamiento medioambiental, que serán un magnifico instrumento para comunicar los

valores e integrar a todo el personal en el proyecto de protección medioambiental.

La política, que generalmente se plasma por escrito, recoge el compromiso de la dirección de la empresa y orienta a todos sus empleados. A partir de la política se definen los objetivos medioambientales de la empresa, que trataran de recoger en términos absolutos o porcentuales los retos de esta respecto al medio ambiente.

Para alcanzar esos objetivos y la política de la empresa, también deben diseñarse los planes de acción en los que se detallen las actividades concretas que se van a emprender, especificando plazos, presupuesto y responsables.

Una vez definidos los planes de acción, llevamos a cabo su ejecución. Esta ejecución puede darse en varios niveles: la tecnología, la organización, los recursos humanos y la comunicación de la empresa.

➤ **La tecnología.** La implantación de tecnologías más ecológicas puede favorecer en gran medida la consecución de los objetivos medioambientales de la empresa.

➤ **La estructura.** Para que un sistema de gestión medioambiental tenga éxito es preciso adaptar la estructura de la organización a estos nuevos parámetros. Es importante asignar un responsable de medio ambiente en la empresa. Aunque exista un departamento o persona responsable del medio ambiente en la empresa hay

que ser conscientes de que es un problema que atañe a todas las unidades de la misma.

➤ **Los recursos humanos.** Para que un sistema de gestión medioambiental tenga éxito hay que involucrar a todos y cada uno de los miembros de la empresa turística.

➤ **Comunicación e influencia sobre el entorno.** El comportamiento medioambiental de una empresa turística no debe bastar a sus miembros. Las empresas deben comunicar a su entorno más inmediato sus acciones, publicando sus logros medioambientales, y deben contribuir a la propagación de una actitud medioambiental respetuosa.

Por otro lado, para Ramírez (1994), La empresa turística, por su parte, ejerce cierta influencia en el sector turismo, en el ambiente social y en el ambiente ecológico. El alcance de esta influencia puede ser positivo o negativo según el tipo de gestión, el tamaño de la empresa y la concientización sobre el aspecto ecológico. El entorno ecológico es de suma importancia ya que el producto turístico responde básicamente a la oferta del ambiente natural, de salubridad y de naturaleza no contaminada. Por lo tanto, es un reto de la empresa transformarse, para dejar de ser depredadora de la ecología y convertirse en defensora y protectora de la misma. La empresa turística debe evitar ser un elemento perturbador del ecosistema natural, tratando de no deteriorarlo, ya que en su propio espacio la empresa encuentra la base de su existencia. Ello la lleva a un esfuerzo

de capacitación, preparación, modificación, inversiones y gastos en función de la recuperación, mantenimiento y orden del ecosistema natural.

El MINCETUR (2010) en el Manual de Buenas Prácticas Ambientales, indica que la valoración de nuestro ambiente ha dado lugar a la necesidad de que los servicios turísticos consideren en su concepción y desarrollo un conjunto de componentes ambientales y se identifiquen con la calidad turística. Las buenas prácticas ambientales son en general, acciones sencillas cuyo costo de implementación es considerado como una inversión en el mediano plazo, y no, como se cree usualmente, un gasto adicional en que deben incurrir para ganar una “etiqueta” de responsabilidad socio-ambiental, además, Rainforest Alliance (2006), señala que proteger el ambiente reduce costos y hace más valiosos sus servicios turísticos. Cada vez más viajeros prefieren las empresas o destinos que son responsables con el ambiente y con las comunidades.

a). Uso del agua

El MINCETUR (2010), indica que el uso de agua en el sector turismo varía de acuerdo a el periodo estacional de afluencia turística. El consumo de agua está ligado directamente con la calidad del servicio turístico resultando impredecible reducir su consumo, pero ahorrando agua aumenta la eficiencia en su uso.

Existen muchas razones para cuidar el agua; Rainforest Alliance (2006), indica que el agua es básicamente un elemento principal de nuestro planeta y cada vez viene siendo más escasa. Cuidarla es responsabilidad de todos.

a.1 Estándares derivados de las buenas prácticas

- La empresa lleva un control del consumo de agua.
- La empresa lleva a cabo revisiones periódicas de las instalaciones de agua
- La empresa cuenta con equipos que contribuyan al ahorro de agua
- La empresa sensibiliza y capacita al personal sobre el uso adecuado del agua
- La empresa comunica a sus clientes las medidas que permiten ahorrar agua

b. Uso de la energía eléctrica

El MINCETUR (2010), en el Manual de Buenas Prácticas Ambientales, indica que la energía es fundamental para producir cualquier bien de consumo, para calentarnos y poder desplazarnos. Un objetivo principal de este manual con relación al ambiente es disminuir el consumo de energía, lo que repercutirá en la reducción de gastos, siendo necesario para ello un cambio de actitudes que pasa por reducir el consumo

energético, mejorar la eficiencia y sustituir fuentes de energía convencional por renovables.

b.1 Estándares derivados de las buenas prácticas

- La empresa adopta medidas para el máximo aprovechamiento de la luz natural
- La empresa promueve el apagado de luces y equipos cuando no están en uso
- La empresa lleva un control de consumo de energía
- La empresa utiliza focos ahorradores
- La empresa cuenta con buena ventilación y aislamiento térmico para recurrir lo menos posible a la climatización
- Se da el mantenimiento adecuado a equipos eléctricos
- Se usan interruptores independientes para iluminar las zonas de un mismo lugar

c. Consumo de productos

Según MINCETUR (2010), las empresas turísticas tienen una variedad de opciones a la hora de elegir entre servicios y productos, pero siempre tienen que tener presente los productos que valoran la protección del medio ambiente.

Respecto a los servicios turísticos se toman decisiones continuamente, que muchas de ellas en distintas ocasiones han tenido

repercusiones, es por ello que se deben evaluar distintas alternativas en lo que son productos, buscando que estos tengan bajo impacto ambiental.

Rainforest Alliance (2006) Brindar un servicio excelente, pero trabajar con insumos de baja calidad, dará como resultados turistas insatisfechos, agregado a ello, se correría el riesgo de perder clientes, también incrementaría la basura y el gasto. El comprar productos y contratar servicios adicionales deberían tener un control que aseguren su calidad.

c.1 Estándares derivados de las buenas prácticas

- La empresa emplea productos de limpieza de bajo impacto en el medio ambiente
- La empresa emplea dosificadores para el uso óptimo de los productos
- La empresa contrata a proveedores que brindan productos respetuosos con el medioambiente
- La empresa prefiere la compra de productos en envases retornables
- La empresa imprime el papel por las dos caras e imprime documentos internos en papel reciclado
- La empresa usa en lo posible el correo electrónico para reducir el uso de tinta y papel
- La empresa no consume especies protegidas o sus derivados ni especies hidrobiológicas fuera de su talla mínima

d. Gestión de residuos

MINCETUR (2010), resalta que nuestros hábitos de consumo han venido cambiando en el transcurso del tiempo, generando actualmente una mayor cantidad de residuos, los mismos que son la fuente principal de la contaminación ambiental, con relación a los servicios turísticos, sus temporadas altas son las que mayores residuos dejan.

Para Rainforest Alliance (2006), el principal problema en la actividad turística es la basura, que genera aspectos desagradables y se transforma en un riesgo para la salud y el ambiente.

No ensuciar siempre será mejor que limpiar. Es importante reducir el índice de basura y separarla para facilitar su reúso. Dentro de la actividad turística la basura se distribuye aproximadamente de la siguiente manera: 60% basura orgánica, y un 40 de basura inorgánica.

d.1 Estándares derivados de las buenas prácticas

- La empresa cuenta con un programa para la gestión de residuos
- La empresa sensibiliza y capacita al personal sobre la forma correcta de eliminar residuos
- La empresa mantiene los contenedores de basura en condiciones higiénicas

e. Adaptación al medio

Rainforest Alliance (2005), manifiesta que a la hora de crear cualquier diseño este, debería transmitir, armonía, paz, con el entorno natural y cultural, por ello es necesario proponer y analizar cada uno de aquellos diseños arquitectónicos.

Cada diseño, para las edificaciones deberá de considerar en primer lugar las condiciones naturales del entorno, luego de ello se puede administrar con la finalidad de optimizar su aprovechamiento o minimizar cualquier efecto sobre las instalaciones, comunidad o los visitantes.

De la misma manera, cualquier diseño de estas empresas debe agregar, salvaguardar y poner en valor aquellos recursos históricoculturales de toda la región.

e.1 Estándares derivados de las buenas prácticas

- La empresa cuenta con un diseño e infraestructura que armoniza con el paisaje

2.5.3.5. Buenas prácticas en gestión socio-cultural

Rainforest Alliance (s.f.), indica que aquellas comunidades que conviven con las empresas, estas mismas serían las primeras en pagar por sus productos y servicios. Las empresas dedicadas al turismo que logran convivir con personas que desean desarrollarse y comparten estos

objetivos, llegan a mantener una relación bastante sólida a fin de cumplir el desarrollo social aportando para el desarrollo de su entorno, logrando así un beneficio mutuo.

De acuerdo a lo indicado anteriormente, Rainfores Alliance (2006), señala que las empresas deben tener un adecuado comportamiento que sea agradable al entorno social y también cultural. No se debería abusar del uso de los recursos. Estas empresas deberían participar de manera activa a la hora de desarrollar las comunidades, generar, inversión, proponer proyectos de turismo para mejorar la infraestructura turística, fomentar el trabajo y capacitaciones a las comunidades locales.

a) Apoyo a la cultura local

Según Rainforest Alliance (2005), gracias al apoyo cultura y local se logra motivar e incrementar un desarrollo de concientización local, a fin de beneficiar la conservación y cuidado del patrimonio cultural que se posee, promueve el beneficio de las comunidades logrando la contribución económica a través del uso y disfrute de los bienes que lo conforman.

Aquellas empresas turísticas son parte importante del entorno socioeconómico ya que logran impulsar desarrollo a través del apoyo y difusión de la información correcta con relación a los valores y elementos que constituyen el patrimonio cultural.

a.1 Estándares derivados de las buenas prácticas

- La empresa difunde las actividades y manifestaciones culturales de la comunidad
- La empresa no participa en la adquisición de bienes del patrimonio de procedencia ilegal.
- La empresa participa en iniciativas de apoyo a la cultura local
- La empresa informa a los visitantes sobre la cultura local

b) Apoyo a la comunidad local

Según Rainforest Alliance (s.f.), Anteriormente decían, que las empresas dedicadas al rubro del turismo, generaban poco empleo y solo lograban beneficiar a algunas familias. Hoy en día aquellas empresas son las más generadoras de fuentes de trabajo, creando desarrollo y sistemas de sostenibilidad, por ello es necesario involucrar a distintas instituciones con la finalidad de contribuir y mejorar la calidad de vida de las personas que viven dentro de las zonas. Rainforest Alliance considera importante los principales aportes que estas empresas generan a la población haciendo que la economía local crezca a través de la contratación de gente cercana a estas empresas, el uso y consumo de los productos locales, y otros.

b.1 Estándares derivados de las buenas prácticas

- La empresa anima a sus clientes a consumir productos

locales

- La empresa dona productos usados o nuevos a la comunidad local
- La empresa provee empleo digno a los miembros de la comunidad
- La empresa adquiere productos de proveedores locales
- La empresa difunde políticas en contra de la explotación sexual
- La empresa forma parte de los gremios del sector turismo
- La empresa participa en los procesos de planificación turística
- La empresa informa a los turistas sobre aspectos relacionados al turismo
- La empresa desarrolla programas de capacitación para la comunidad local.

III. HIPÓTESIS

Ha: El Hotel El Murique si aplica los estándares derivados de las buenas prácticas para mejorar la calidad del servicio.

Ho: El Hotel El Murique no aplica los estándares derivados de las buenas prácticas para mejorar la calidad del servicio

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

La investigación adoptó un diseño de un caso único transversal, al respecto Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (2010) indican que los diseños de investigación transversal recolectan datos en un sólo momento, en un tiempo único.

La investigación se desarrolló como un estudio de caso único tipo Cuantitativo porque confirma la obtención de datos sin manipularlos (Bernal, 2010).

El nivel correspondió a un nivel exploratorio y descriptivo, Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (2010) “Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Con relación al nivel descriptivo Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (2010) señalan “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”.

4.2. Caso

El caso que se investigó fue a una mype turística, dedicada al rubro de la hotelería ubicada en la ciudad de Tumbes, en la cual se investigarán

el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión administrativa; el equipamiento e infraestructura; la gestión del servicio; la gestión medioambiental y la gestión sociocultural.

4.3. Definición de las variables

a) Definición conceptual

Para esta investigación la evaluación de la calidad del servicio estuvo dada por el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas Mincetur (2012), quien señala que según el Departamento de Operaciones de Mantenimiento de la Paz de Naciones Unidas: Una buena práctica es “una forma de hacer que ha probado su efectividad en una situación y puede ser aplicable en otra”, tiene como principio fundamental ser útil para estimular nuevas ideas o para actuar como guía con el propósito de conseguir mayor eficacia y eficiencia en el servicio que se presta. En este sentido, una buena práctica permite a las empresas aprender de las experiencias y aprendizajes exitosos de otros y aplicarlos en su contexto de manera más amplia.

b) Definición Operacional

Variable	Dimensión	Sub Dimensión	Indicadores	ITEM	Medición
Calidad del servicio	Gestión Medio Ambiental	Uso del agua	6 Indicadores	La empresa cuenta con programas para el uso eficiente del agua	Cumple/No Cumple
				La empresa lleva un control del consumo de agua	
				La empresa lleva a cabo revisiones periódicas de las instalaciones de agua	

			<p>La empresa cuenta con equipos que contribuyan al ahorro de agua</p> <p>La empresa sensibiliza y capacita al personal sobre el uso adecuado del agua</p> <p>La empresa comunica a sus clientes las medidas que permiten ahorrar agua</p>	
	Uso de la energía	8 Indicadores	<p>La empresa cuenta con programas para el uso eficiente de la energía eléctrica</p> <p>La empresa adopta medidas para el máximo aprovechamiento de la luz natural</p> <p>La empresa promueve el apagado de luces y equipos cuando no están en uso</p> <p>La empresa lleva un control de consumo de energía</p> <p>La empresa utiliza focos ahorradores</p> <p>La empresa cuenta con buena ventilación y aislamiento térmico para recurrir lo menos posible a la climatización</p> <p>Se da el mantenimiento adecuado a equipos eléctricos</p> <p>Se usan interruptores independientes para iluminar las zonas de un mismo lugar</p>	Cumple/No Cumple
	Consumo de productos	7 Indicadores	<p>La empresa emplea productos de limpieza de bajo impacto al medio ambiente</p> <p>La empresa emplea dosificadores para el uso óptimo de los productos</p> <p>La empresa contrata a proveedores que brindar</p>	Cumple/No Cumple

			<p>productos respetuosos con el medioambiente</p> <p>La empresa prefiere la compra de productos en envases retornables</p> <p>La empresa imprime el papel por las dos caras e imprime documentos internos en papel reciclado</p>	
--	--	--	--	--

			La empresa usa en lo posible el correo electrónico para reducir el uso de tinta y papel	
			La empresa no consume especies protegidas o sus derivados ni especies hidrobiológicas fuera de su talla mínima	
	Gestión de residuos	3 Indicadores	La empresa cuenta con un programa para la gestión de residuos	Cumple/No Cumple
			La empresa sensibiliza y capacita al personal sobre la forma correcta de eliminar residuos	
			La empresa mantiene los contenedores de basura en condiciones higiénicas	
	Adaptación al medio	1 Indicador	La empresa cuenta con un diseño e infraestructura armonioso con el paisaje	Cumple/No Cumple
Gestión sociocultural	Apoyo a la cultura local	4 Indicadores	La empresa difunde las actividades y manifestaciones culturales de la comunidad	Cumple/No Cumple
			La empresa no participa en la adquisición de bienes del patrimonio de procedencia ilegal	
			La empresa participa en iniciativas de apoyo a la cultura local	
			La empresa informa a los visitantes sobre la cultura local	
	Apoyo a la comunidad local	9 Indicadores	La empresa anima a sus clientes a consumir productos locales	Cumple/No Cumple
			La empresa dona productos usados o nuevos a la comunidad local	
			La empresa provee empleo digno a los miembros de la comunidad	
			La empresa adquiere productos de proveedores locales	
			La empresa difunde políticas en contra de la explotación sexual	
			La empresa forma parte de los gremios del sector turismo	
			La empresa participa en los procesos de planificación turística	

			<p>La empresa informa a los turistas sobre aspectos relacionados al turismo</p> <p>La empresa desarrolla programas de capacitación para la comunidad local</p>		
Gestion dministrativa	Planificación	4 Indicadres	La empresa cuenta con un plan estratégico en el que define su visión, misión, valores y objetivos	Cumple/No Cumple	
			La empresa cuenta con planes operativos para sus distintas áreas		
			La empresa cuenta con políticas establecidas (servicios, ambientales, sociales, seguridad)		
			La empresa cuenta con un plan de negocios		
					La empresa cuenta con un manual de organización y funciones
					La empresa ha documentado sus procesos, estándares y requisitos del servicio y cuenta con un manual de procesos y procedimientos
					La empresa cuenta con un sistema de comunicación formal
	Gestión de calidad	6 Indicadores	La empresa cuenta con un sistema de control de calidad del servicio		Cumple/No Cumple
			La empresa ha definido qué aspectos deben ser monitoreados para asegurar la calidad de los servicios		
			La empresa realiza auditorías internas periódicas		
La empresa mantiene un programa de acciones correctivas para eliminar las causas de las desviaciones					
La empresa hace un seguimiento y medición de la satisfacción del cliente					
La empresa mantiene un sistema de tratamiento de quejas y reclamos y sugerencias					

		Gestión de recursos humanos	15 Indicadores	La empresa ha definido los perfiles de los puestos de trabajo (aptitudes, habilidades, formación y experiencia)	Cumple/No Cumple
				La empresa ha definido el proceso de selección de personal	
				La empresa cuenta con un archivo con los datos del personal	
				La empresa cuenta con un programa de inducción para el personal	
				La empresa evalúa periódicamente el rendimiento del personal (calidad y cantidad del trabajo, relaciones laborales)	
				La empresa cuenta con un programa de capacitación para el personal	
				La empresa emplea estrategias para mantener motivado al personal	
				La empresa lleva a cabo reuniones frecuentes a fin de tratar temas relacionados con el trabajo	
				La empresa garantiza la igualdad de oportunidades a los empleados	
				La empresa fomenta y difunde entre sus empleados la práctica de valores y principios éticos	
				La empresa comunica al personal los resultados alcanzados en cuanto a los servicios y la satisfacción del cliente	
				La empresa ha establecido mecanismos para que el personal comunique sus sugerencias sobre el servicio	
				La empresa respeta la jornada laboral establecida por ley	
				La empresa brinda remuneraciones establecidas en la legislación laboral	
				La empresa cumple con brindar los beneficios sociales a los empleados	

		Gestión de suministros y proveedores	5 Indicadores	<p>La empresa ha definido criterios para la selección de proveedores</p> <p>La empresa cuenta con un registro con las características y datos de sus proveedores</p> <p>La empresa ha definido las condiciones de pedido, entrega y pagos</p>	Cumple/No Cumple
--	--	--------------------------------------	---------------	---	------------------

				<p>La empresa emplea formatos para formalizar sus pedidos</p> <p>La empresa ha establecido los horarios y procedimientos para la recepción de los productos</p>	
		Gestión de seguridad	8 Indicadores	<p>La empresa ha identificado sus riesgos y peligros (reales y potenciales)</p> <p>La empresa ha desarrollado planes para minimizar las situaciones de riesgo y peligro</p> <p>Se brinda capacitación al personal en temas de seguridad</p> <p>La empresa cuenta con planes para atender emergencias (naturales, accidentes, enfermedades)</p> <p>La empresa cuenta con equipos y dispositivos de seguridad tanto para los clientes como para los empleados</p> <p>La empresa ha implementado programas de simulacros y prácticas de seguridad</p> <p>La empresa cuenta con el certificado de Defensa Civil</p> <p>La empresa dispone de un listado actualizado de contactos para la atención de casos de emergencia</p>	Cumple/No Cumple
		Gestión financiera y contable	3 Indicadores	<p>La empresa cuenta con los servicios de un profesional en el campo financiero contable</p> <p>La empresa dispone de un presupuesto general y presupuestos específicos</p> <p>El propietario está capacitado en temas financieros y contables</p>	Cumple/No Cumple

		Gestión de comunicación y marketing	12 Indicadores	<p>La empresa cuenta con un estudio de mercado, considerando las características tanto de la competencia como de la demanda</p> <p>La empresa cuenta con una marca y eslogan atractivo y coherente con el servicio que brinda</p> <p>La empresa diseña sus servicios de acuerdo a las necesidades y expectativas de sus clientes</p> <p>La empresa mantiene un registro de sus clientes</p> <p>La empresa firma convenios con el fin de incrementar la demanda del establecimiento</p>	Cumple/No Cumple
--	--	-------------------------------------	----------------	--	------------------

				<p>La empresa ha establecido el precio de sus productos o servicios en base a un estudio de mercado</p> <p>La empresa emplea medio de comunicación masivos para promocionar su oferta</p> <p>La empresa difunde información coherente con el servicio que brinda</p> <p>La empresa provee información al cliente sobre las condiciones de prestación del servicio</p> <p>La empresa cuenta con tarifarios para los diferentes segmentos que atiende</p> <p>La empresa exhibe en un lugar visible las tarifas de los servicios</p> <p>La empresa exhibe en un lugar visible las formas de pago aceptadas en el establecimiento</p>	
Gestión del Servicio	Reservas	7 Indicadores	<p>Se cuenta con un sistema que permita controlar las reservas</p> <p>Las reservas se responden en los plazos establecidos</p> <p>Las reservas se documentan indicando datos del huésped, características y cantidad de habitaciones, datos de contacto, etc.</p> <p>Se informa sobre las políticas del establecimiento y las condiciones de la reserva</p>	Cumple/No Cumple	

			<p>Se reconfirma la información de la reserva con el cliente</p> <p>Se despide con amabilidad agradeciendo la reserva</p> <p>Se informa a recepción sobre las reservas atendidas</p>	
		Atención del teléfono	<p>7 Indicadores</p> <p>Se contesta antes de la tercera timbrada</p> <p>Se saluda indicando el nombre del establecimiento y el de la persona que responde</p> <p>Se emplea un tono de voz claro y amable</p> <p>Se cuenta con una libreta para registrar los recados</p> <p>Se pide el nombre a quien llama para poder personalizar el servicio</p> <p>Se despide con amabilidad agradeciendo la llamada</p> <p>Se lleva un control exhaustivo de las llamadas telefónicas</p>	Cumple/No Cumple

		Ingreso del huésped	<p>20 Indicadores</p> <p>La empresa dispone de un método para gestionar el ingreso de los huéspedes</p> <p>El personal está uniformado e identificado</p> <p>El personal presenta un cuidado esmerado de su persona</p> <p>El personal de portería ayuda al huésped a bajar de vehículo, saluda y ofrece ayuda con el equipaje</p> <p>El personal de portería acompaña al huésped hasta la recepción para el registro</p> <p>El personal de recepción saluda con amabilidad al huésped y consulta si tiene reserva</p> <p>El personal de recepción informa sobre las condiciones de la reserva o de la habitación</p> <p>El personal de recepción orienta al cliente en el llenado del registro</p> <p>El personal de recepción solicita el documento de identidad al huésped y le saca una copia</p>	Cumple/No Cumple
--	--	---------------------	---	------------------

			El personal de recepción aplica las políticas de cobro del establecimiento	
			El personal de recepción asigna la habitación de acuerdo a las necesidades del cliente	
			El personal de recepción informa sobre los servicios del establecimiento	
			El personal de recepción entrega las llaves y control remoto al botones	
			El personal de recepción apertura la cuenta del huésped e informa a las demás áreas sobre el ingreso	
			El botones ayuda con el equipaje y conduce al huésped a la habitación	
			El botones toca la puerta antes de abrir la habitación	
			El botones ingresa a la habitación e invita a pasar al huésped	
			El botones coloca el equipaje en el lugar establecido	
			El botones verifica e indica el funcionamiento de los equipos y verifica la dotación de	

			suministros de la habitación	
			El botones se despide del huésped deseándole una feliz estadía	
		Estadía	El personal atiende las necesidades y pedidos del huésped de modo diligente	Cumple/No Cumple
			No se brinda información del huésped a terceras personas	
			El personal de recepción registra todos los consumos del huésped	
			El personal de recepción elabora el reporte de ingresos	
			El personal de recepción emplea el cuaderno de ocurrencias	
			El personal de recepción brinda información sobre sitios de interés y actividades sociales y culturales	
		7 Indicadores		

			El personal de recepción atiende y da solución a las quejas de los clientes		
		Salida del huésped	13 Indicadores	<p>La empresa dispone de un método para gestionar la salida de los huéspedes</p> <p>El personal de recepción comunica la botones la salida del huésped para que lo ayude con el equipaje</p> <p>El botones verifica el estado de la habitación y el posible olvido de pertenencias del huésped</p> <p>El botones lleva el equipaje a la recepción</p> <p>El recepcionista verifica los consumos y entrega al cliente la cuenta para que de su visto bueno</p> <p>El recepcionista elabora el comprobante de pago según las indicaciones del cliente</p> <p>El recepcionista entrega el comprobante y realiza el cobro según corresponda</p> <p>En caso de pago con tarjeta de crédito se verifica que se haya firmado la copia del cargo</p> <p>En caso de cobros diferidos se verifica que se firme la aceptación de la factura</p> <p>El recepcionista agradece la estadía y desea un buen viaje al huésped</p>	Cumple/No Cumple

				<p>El botones conduce al huésped hasta su movilidad, despidiéndolo, agradeciendo su estadía y deseándole buen viaje</p> <p>El recepcionista cierra la cuenta del cliente y archiva el comprobante de pago</p> <p>El recepcionista comunica al personal de limpieza la salida del huésped</p>	
		Limpieza de habitaciones	18 Indicadores	El personal de limpieza tiene asignado un número adecuado de habitaciones para limpiar	Cumple/No Cumple

			El personal de limpieza coordina con recepción la limpieza de habitaciones
			El personal de limpieza establece prioridades en la limpieza de habitaciones
			El personal de limpieza tiene una rutina preestablecida y una técnica adecuada para la limpieza de las habitaciones según tipo y ocupabilidad
			El personal de limpieza toca la puerta antes de ingresar
			El personal de limpieza ventila la habitación antes de limpiar
			El personal de limpieza verifica el funcionamiento de los equipos y los desconecta
			El personal de limpieza retira la ropa sucia y la basura de la habitación
			El personal de limpieza limpia el baño empleando guantes y productos de limpieza adecuados
			El personal de limpieza dota de suministros y toallas al baño
			El personal de limpieza limpia la habitación de forma minuciosa
			El personal de limpieza tiende las camas según los estándares del establecimiento
			El personal de limpieza mantiene en su lugar las pertenencias del huésped
			El personal de limpieza registra e informa a recepción sobre los objetos olvidados por los huéspedes
			El personal de limpieza verifica el orden y limpieza de la habitación antes de salir

			El personal de limpieza informa a recepción sobre la limpieza de la habitación
			El personal de limpieza saluda de modo cordial a los huéspedes que encuentra a su paso

			El personal de limpieza reporta las averías y desperfectos a recepción	
	Limpieza de áreas comunes	7 Indicadores	<p>La limpieza de áreas comunes se lleva a cabo en horarios que no interrumpen a los clientes</p> <p>Se emplean equipos de señalización para evitar accidentes</p> <p>En caso de encontrar objetos personales de los clientes, se entrega a recepción indicando hora y lugar</p> <p>Se verifica el funcionamiento de equipos e iluminación</p> <p>Se reportan las averías y desperfectos a fin de ser solucionados con prontitud</p> <p>Se evita poner elementos de limpieza interfiriendo los lugares de paso</p> <p>Antes de ingresar en zonas como los servicios higiénicos se asegura que no hay clientes o que estos son conscientes de la entrada del personal</p>	Cumple/No Cumple
	Preparación de alimentos y bebidas	4 Indicadores	<p>El personal de producción de alimentos lleva a cabo su tarea respetando las normas de higiene</p> <p>El personal de producción de alimentos se guía de recetas estándar para la preparación de los platos</p> <p>El personal de producción elabora los platos en el tiempo establecido</p> <p>El personal de producción cuida de la presentación de los platos terminados</p>	Cumple/No Cumple
	Servicio de alimentos y bebidas	14 Indicadores	<p>El personal de atención del restaurante saluda con amabilidad a los huéspedes</p> <p>El personal recomienda una ubicación a los clientes</p> <p>El personal ayuda con las sillas a los clientes</p> <p>El personal ofrece la carta abierta a los clientes</p>	Cumple/No Cumple

			<p>El personal de atención toma los pedidos de los huéspedes, anotando las especificaciones</p> <p>El personal posee conocimientos de la oferta gastronómica</p> <p>Se sirven los platos de la mesa todos a la vez</p> <p>Se sirve primero a las damas, luego a los caballeros adultos y finalmente al anfitrión</p> <p>Se evita tocar los alimentos con las manos</p> <p>Durante todo el servicio se mantendrá una constante atención a las necesidades de los clientes</p> <p>En caso de clientes externos se presentará la factura cuando sea requerida por el cliente</p> <p>En caso de huéspedes se hará firmar la comanda para ser cargada a la cuenta corriente</p> <p>Las mesas se limpiarán inmediatamente terminado el servicio</p> <p>El personal agradece la presencia de los huéspedes con amabilidad</p>	
	Mantenimiento	2 Indicadores	<p>Se cuenta con un plan de mantenimiento preventivo de las instalaciones y equipamiento</p> <p>Se cuenta con un registro de las intervenciones de mantenimiento correctivo</p>	Cumple/No Cumple
Gestión de Equipamiento e infraestructura	Exterior	11 Indicadores	<p>El establecimiento se ubica en un lugar accesible</p> <p>Existe limpieza en el entorno</p> <p>El establecimiento se ubica en una zona segura</p> <p>Cuenta con un panel visible y atractivo en la fachada</p> <p>Presenta el icono de clasificación y/o categorización</p> <p>Cuenta con buena iluminación</p> <p>Presenta acceso especial para discapacitados</p> <p>Cuenta con estacionamiento privado o existe uno cercano</p>	Cumple/No Cumple

			Cuenta con espacios verdes al rededor, los cuales están bien cuidados
			Cuenta con vigilancia externa
			Cuenta con un acceso independiente para proveedores

			y para el personal	
		Recepción	19 Indicadores	Cumple/No Cumple
			Se ubica en un lugar de fácil acceso	
			Exhibe las licencias correspondientes	
			Cuenta con un palomar adecuado y bien ubicado	
			Cuenta con una distribución y mobiliario adecuados	
			Cuenta con un botiquín	
			Posee una decoración cálida y armoniosa	
			Cuenta un lugar seguro destinado para almacén de equipaje	
			Cuenta con equipos como teléfono y computadora para facilitar el trabajo del personal	
			Cuenta con un tarifario visible, así como con un recuadro donde se indica la hora de check in y check out	
			Las llaves cuentan con llaveros enumerados y en buen estado	
			Cuenta con un rack para material publicitario e informativo	
			Cuenta con extintores	
			Cuenta con señalización de seguridad y luces de emergencia	
			Cuenta con iluminación adecuada	
			Cuenta con una ventilación adecuada	
			Presenta un olor agradable	
			Las condiciones de limpieza son óptimas	
			Cuenta con un buzón de sugerencias	
			Cuenta con el libro de reclamaciones	

		Áreas comunes	10 Indicadores	Los pasadizos cuentan con señalización de seguridad y extintores Los pasadizos cuentan con luces de emergencia Los pasadizos cuentan con una decoración armoniosa con el estilo del establecimiento Los pasadizos y escaleras se encuentran permanentemente limpios Los pasadizos y escaleras cuentan con buena iluminación Se cuenta con una sala de estar	Cumple/No Cumple
--	--	---------------	----------------	--	------------------

				con lo necesario (muebles, revistas, TV) y en buenas condiciones de limpieza Se cuenta con servicios higiénicos diferenciados por sexo Los servicios higiénicos cuentan con los suministros necesarios permanentemente Los servicios higiénicos están permanentemente limpios Se cuenta con un registro para controlar la limpieza de los servicios higiénicos	
		Oficinas	2 Indicadores	Se cuenta con una oficina administrativa La oficina cuenta con los equipos e implementos necesarios	Cumple/No Cumple
		Habitaciones	18 Indicadores	Las habitaciones cuentan con numeración en el exterior La cerradura de la puerta brinda seguridad La decoración es agradable y armoniosa con el estilo del establecimiento La limpieza es óptima Cuenta con el reglamento del establecimiento Cuenta con un plano de ubicación de la habitación y las salidas de emergencia Cuenta con mobiliario y equipamiento básico para el confort del cliente	Cumple/No Cumple

			Cuenta con mobiliario y equipamiento complementario	
			La distribución del mobiliario es la adecuada	
			Se mantiene un patrón común en los blancos	
			Cuenta con baño propio con los implementos necesarios	
			Las instalaciones sanitarias del baño se encuentran en buen estado y en funcionamiento	
			El baño cuenta con amenities con una buena presentación	
			El olor de la habitación es agradable	
			La habitación cuenta con aislamiento acústico	
			Se cuenta con un sistema de agua caliente las 24 horas del día, que no es activado por el huésped	

			Se cuenta con sistemas de ventilación		
			Se cuenta con material informativo y de escritorio		
		Almacén de pisos	5 Indicadores	Se cuenta con almacenes de pisos en cada uno de los pisos del establecimiento	Cumple/No Cumple
				Cuenta con estantes en buen estado	
				Se cuentan con kardex para el control de los inventarios	
				Cuenta con equipos, utensilios, materiales de limpieza y ropa de cama	
				Se encuentra ordenado y limpio	
		Comedor	13 Indicadores	El comedor se encuentra ubicado en un lugar de fácil acceso	Cumple/No Cumple
				El comedor presenta condiciones adecuadas de limpieza	
				La decoración es agradable y armoniosa con el estilo del establecimiento	
				Se cuenta con sistema de ventilación	
				El olor es agradable	

			<p>El mobiliario está en buen estado de conservación y limpio</p> <p>El mobiliario se ha distribuido de forma adecuada facilitando la circulación</p> <p>Se cuenta con equipos de música y televisión</p> <p>Las cartas están en buen estado y con los precios actualizados</p> <p>Cuenta con señalización de emergencia, extintores y luces de emergencia</p> <p>Se cuentan con estaciones de servicio debidamente organizadas</p> <p>Se dispone de utensilios, vajilla, cristalería y mantelería en cantidades suficientes para atender las necesidades de máxima ocupación</p> <p>Se emplean utensilios, vajilla, cristalería y mantelería acordes a las características del establecimiento y están en perfecto estado de conservación</p>	
		Cocina	<p>10 Indicadores</p> <p>La cocina cuenta con suministro de agua permanente</p> <p>La iluminación es adecuada</p> <p>Se cuenta con un sistema de</p>	Cumple/No Cumple

			<p>ventilación adecuado</p> <p>El piso es de un material antideslizante y de fácil limpieza</p> <p>Las paredes están revestidas con material liso y de fácil limpieza</p> <p>Se cuenta con una campana extractora en buenas condiciones</p> <p>Los equipos están en buen estado y limpios</p> <p>Los utensilios de cocina están en buenas condiciones</p> <p>Presenta condiciones de limpieza adecuadas</p> <p>Se disponen de contenedores de desperdicios ubicados de forma adecuada y limpios</p>	
--	--	--	---	--

		Área de personal	3 Indicadores	La empresa cuenta con un área segura destinada para que el personal deje sus pertenencias	Cumple/No Cumple
				La empresa cuenta con servicios higiénicos en buenas condiciones para el uso del personal	
				La empresa cuenta con un área destinada para que el personal tome sus alimentos	

4.4. Población y muestra

a). Población

La población es finita al haber optado por el método de la observación, sin embargo, frente a la realidad que los hoteles si cuentan con clientes fidelizados se opto por pedir apoyo a las administraciones hoteleras a fin de que se indiquen el número de clientes que se hospedan a diario, obteniendo el siguiente reporte:

AGOSTO	
Día	N° de Clientes hospedados
Miércoles 01	12
Jueves 02	10
Viernes 03	11
Sábado 04	14
Domingo 05	15
Lunes 06	10
Martes 07	10
Miércoles 08	10
Jueves 09	12
Viernes 10	11
Sabado11	16
Domingo 12	15
Lunes 13	12
Martes 14	12
Miércoles 15	10
Total	180

Fuente: Registro de ingreso de huéspedes del Hotel “El

Murique” 2018

Para realizar la encuesta sobre el cumplimiento de estándares se tomará como referencia el promedio de visitas de clientes al hotel “El Murique” de la primera quincena del mes de Agosto del 2018,

$$X = \frac{\Sigma x}{n}$$

$$X = \frac{180}{15}$$

$$n=12$$

b). Muestra

Retomando a Sampieri, (2010) dijo que cuando una población tiene menos de cincuenta personas, no es necesario aplicar formula. Para la investigación la muestra será 12 clientes.

$$N=12$$

$$n=12$$

4.5. Técnicas e instrumentos

Los estudios de casos permiten emplear una serie de técnicas e instrumentos de investigación que facilitan la obtención tanto datos cuantitativos como cualitativos; las técnicas que se emplearon dentro de esta investigación han sido la observación, la entrevista y la revisión documental; para Canales, De Alvarado y Pineda (1986), la observación

es “Es el registro visual de lo que ocurre en una situación real, clasificando y consignando los acontecimientos pertinentes de acuerdo con algún esquema previsto y según el problema que se estudia.”; esta técnica se apoyó en el uso de cinco (5) guías de observación, las cuales han estado orientadas a evaluar el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión administrativas; al equipamiento e infraestructura; a la gestión del servicio; a la gestión medioambiental y la gestión sociocultural, cada una de las cuales se descompone en sub dimensiones; las cuales fueron validadas a través del juicio de expertos en el tema de certificación en base a la aplicación de buenas prácticas.

4.6 Plan de Análisis

La información que se logró obtener a través de la aplicación de las guías de observación se organizó agrupando los resultados por cada una de las dimensiones de la variable en estudio y de manera general en tablas estadísticas.

4.7. Matriz de Consistencia

Pregunta de Investigación	Objetivos de la Investigación	VARIABLES Y DIMENSIONES	caso	Diseño	Instrumento
¿Cuál es la calidad del servicio del hotel El Murique de Zorritos, Contralmirante Villar de la ciudad de Tumbes, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2018?	<p>Objetivo General</p> <p>Evaluar la calidad del servicio del hotel “El Murique” de Zorritos, Contralmirante Villar de la ciudad de Tumbes, en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2018. Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión empresarial. • Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de equipamiento e infraestructura. • Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión del servicio. • Determinar y describir el cumplimiento de 	<p>Evaluación de la calidad del servicio.</p> <p>Cumplimiento de las buenas prácticas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión administrativa. • Equipamiento e infraestructura. • Gestión del servicio. • Gestión medio ambiental. • Gestión Socio cultural. 	Una mype turística, dedicada al rubro de la hotelería.	<p>Tipo: Estudio de caso único, cuantitativo</p> <p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Diseño: Transversal</p>	Guías de observación

	<p>estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión medioambiental.</p> <p>☐ Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión sociocultural.</p>				
--	--	--	--	--	--

4.8 PRINCIPIOS ÉTICOS

Los valores y los principios éticos en la investigación fueron pilares de la honestidad de la información compilada. (Flores, 2016).

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

5.1.1. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión administrativa en el hotel “El Murique” de Zorritos, Contralmirante Villar de la ciudad de Tumbes, en el año 2018.

La siguiente Tabla presenta los resultados obtenidos de la evaluación con relación a la Gestión Administrativa del Hotel “El Murique”.

Tabla 01: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión administrativa en el hotel “El Murique” de Zorritos, Contralmirante Villar de la ciudad de Tumbes, en el año 2018.

Sub dimensión	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
	Cumple	No cumple	Evaluados	Cumple	No cumple	Evaluados
Planificación	3	1	4	5,4%	1,8%	7,1 %
Organización	1	2	3	1,8%	3,6%	5,4 %
Gestión de calidad	2	4	6	3,6%	7,1%	10,7 %
Gestión de recursos humanos	2	13	15	3,6%	23,2%	26,8 %
Gestión de suministros y proveedores	3	2	5	5,4%	3,6%	8,9 %
Gestión de seguridad	3	5	8	5,4%	8,9%	14,3 %
Gestión financiera y contable	3	0	3	5,4%	0,0%	5,4 %
Gestión de comunicación y marketing	9	3	12	16,1%	5,4%	21,4 %

TOTAL	26	30	56	46,7%	53,3%	100%
-------	----	----	----	-------	-------	------

Con respecto a la gestión administrativa se han evaluado un total de 56 estándares distribuidos en 8 subdimensiones, las cuales son: Planificación, organización, gestión de calidad, gestión de recursos humanos, gestión de suministros y proveedores, gestión de seguridad, gestión financiera y contable y gestión de comunicación y marketing.

Cuanto a la planificación, vemos que de los 4 estándares evaluados que representan el 7,1 % de los estándares evaluados en la gestión administrativa, el Hotel “El Murique” cumple con 3 estándares dicho por 9 clientes, ya que la empresa cuenta con un plan estratégico, ha establecido sus políticas, cuenta con un plan de negocios y por otro lado no cumple con un estándar es lo que manifestaron 3 clientes ya que para ellos no cuenta con planes operativos para sus distintas áreas.

En cuanto a la organización, vemos que de los 3 estándares evaluados que representan el 5,4% de estándares evaluados de la gestión administrativa, el Hotel “El Murique” cumple con 1 estándar es lo que dijeron 6 clientes, ya que la empresa cuenta con un sistema de comunicación: por otro lado, para los otros 6 clientes no cumple con 2, puesto que no han documentado sus procesos y tampoco cuenta con manual de organización y funciones.

En relación a la gestión de calidad, se observa que de los 6 estándares que representan el 10,7% de estándares evaluados de la gestión administrativa, el Hotel “El Murique” no cumple con 4 estándares para 8

clientes, ya que la empresa no cuenta con un sistema de control de calidad del servicio, no tiene definidos que aspectos deben ser monitoreados para asegurar la calidad de su servicio, no realizan auditorías internas periódicas, no cuentan con un programa de acciones correctivas para eliminar las causas de las desviaciones, por otro lado, y para 4 clientes cumple con 2 estándares, puesto que se realizan seguimientos y medición de la satisfacción del cliente, cuentan con un sistema de tratamiento de quejas, reclamos y sugerencias.

En cuanto a la gestión de recursos humanos, se observa que de los 15 estándares que representan el 26,8% de estándares evaluados de la gestión administrativa del Hotel “El Murique”, no cumple con 13 estándares para 10 clientes ya que no tienen un programa de inducción para el personal, no evalúan el rendimiento del personal, no cuenta con un programa de capacitación para el personal, no emplean estrategias para mantener motivado al personal, no se llevan a cabo reuniones frecuentes a fin de tratar temas relacionados con el trabajo, no ha definido el proceso de selección del personal, no garantiza la igualdad de oportunidades a los empleados, no ha definido los perfiles de los puestos de trabajo, la empresa no comunica al personal los resultados alcanzados en cuanto los servicios y la satisfacción del cliente, no han establecido mecanismos para que el personal comunique sus sugerencias sobre el servicio y brinda remuneraciones establecidas en la legislación laboral. Por otro lado, tenemos que para 2 clientes la empresa cumple con 2 estándares, ya que la

empresa fomenta y difunde entre sus empleados la práctica de valores y principios éticos, y cuenta con un archivo con los datos del personal,

En relación a la gestión de suministros y proveedores, se evaluaron 5 estándares que representan el 8,9% de estándares evaluados de la gestión administrativa, el Hotel “El Murique” no cumple con 2 estándares para 4 clientes, ya que no emplea formatos para formalizar sus pedidos, y no ha definido las condiciones de pedido, entrega y pagos. La empresa cumple 3 estándares para 8 clientes, ya que cuenta con un registro con las características y datos de sus proveedores, han establecido los horarios y procedimientos para la recepción de los productos y ha definido criterios para la selección de proveedores.

En cuanto a la gestión de seguridad, se evaluaron 8 estándares que representan el 14,3% de estándares evaluados de la gestión administrativa, el Hotel “El Murique” no cumple con 5 estándares para 7 clientes, puesto que no ha identificado sus riesgos y peligros, no ha desarrollado planes para minimizar las situaciones de riesgo y peligro, no se han brindado capacitaciones al personal en temas de seguridad, no cuenta con planes para atender emergencias, no cuenta con equipos y dispositivos de seguridad tanto para los clientes como para los empleados. La empresa cumple con 3 estándares para 5 clientes, puesto que cuenta con programas de simulacros y prácticas de seguridad, cuenta con el certificado de Defensa Civil y dispone de un listado actualizado de contactos para la atención de casos de emergencia.

En relación a la gestión financiera y contable, se evaluaron 3 estándares que representan el 5,4% de estándares evaluados de la gestión administrativa, el Hotel “El Murique”, la empresa cumple los 3 estándares para los 12 clientes encuestados, ya que el propietario está capacitado en temas financieros y contables, dispone de un presupuesto general y presupuestos específicos y cuenta con los servicios de un profesional en el campo financiero contable.

En cuanto a la gestión de comunicación y marketing, se evaluaron 12 estándares que representan el 21,4% de estándares evaluados de la gestión administrativa, el Hotel “El Murique” no cumple con 3 estándares para 5 clientes, puesto que no cuenta con un estudio de mercado, no ha establecido el precio de sus productos en base a un estudio de mercado, y no tiene convenios con ninguna empresa o institución. La empresa cumple con 9 estándares para 7 clientes ya que cuenta con una marca y eslogan atractivo y coherente con el servicio que brinda, ha diseñado sus servicios de acuerdo a las necesidades y expectativas de sus clientes, mantiene un registro de sus clientes, emplea medios de comunicación masivos para promocionar su oferta, provee información al cliente sobre las condiciones de prestación del servicio, exhibe en un lugar visible la oferta de hospedaje con sus respectivos precios, cumple con difundir información coherente con el servicio que brinda, y exhiben las formas de pago aceptada en un lugar visible dentro del establecimiento.

➤ En relación al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en la gestión administrativa, tenemos que de los 56 estándares evaluados que representan el 19,7 % del total de estándares evaluados, el hotel “El Murique” cumple con 26, es decir con el 46,7 %, porcentaje aceptable, pero que se podría mejorar para que la empresa pueda consolidarse y asegurar su permanencia en un mercado que cada día se hace más competitivo.

5.1.2. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al equipamiento e infraestructura en el hotel “El Murique” de

Zorritos, Contralmirante Villar de la ciudad de Tumbes, en el año 2018.

Así mismo en esta Tabla se presentarán los resultados acerca de la evaluación en cuanto al equipamiento e infraestructura en el hotel “El Murique”.

Tabla 02: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al equipamiento e infraestructura en el hotel “El Murique” de Zorritos, Contralmirante Villar de la ciudad de Tumbes, en el año 2018.

Sub dimensión	Cumplimiento de estándares		Evaluados		Porcentaje de cumplimiento	
	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple
Exterior						
Recepción	8		11		8,8%	3,30%
Áreas comunes	17	3	19		18,7%	2,20%
Oficinas	7	2	10		7,7%	3,30%
Habitaciones	2	0	2		2,20%	0,0%
Almacén de pisos	16	2	18		17,58%	2,20%
Comedor	4	1	5		4,39%	1,10%
Cocina	13	0	13		14,28%	0,0%
Área de personal	10	0	10		11,0%	0,0%
	2	1	3		2,20%	1,10%
TOTAL	79	12	91		86,85%	13,15%

Elaboración propia.

Con respecto a la gestión de equipamiento e infraestructura se han evaluado un total de 91 estándares distribuidos en 9 subdimensiones, las cuales son: Exterior, Recepción, áreas comunes, oficinas, habitaciones, almacén de pisos, Comedor, Cocina y Área de personal.

Así mismo en relación al exterior vemos que de los 11 estándares evaluados que representan el 12,09% la empresa “El Murique” aprobó 8 estándares para 9 clientes ya que cuenta estacionamiento en lugar visible, existe limpieza en el entorno, se ubica en un lugar seguro, cuenta con un panel visible y atractivo en la fachada, presenta acceso especial para discapacitados, cuenta con buena iluminación, presenta facilidad de acceso peatonal, cuenta con establecimiento privado, Por otro lado, no cumple con 3 estándares para 3 clientes, puesto que no presenta el icono de clasificación y/o categorización, y no cuenta con espacios verdes alrededor bien cuidados y no cuenta con vigilancia externa.

En cuanto a la recepción vemos que de los 19 estándares evaluados que representan el 20,88% de la gestión de equipamiento e infraestructura, la empresa “El Murique” mantuvo un cumplimiento de 17 estándares para 10 clientes ya que se ubica en un lugar de fácil acceso, cuenta con un palomar adecuado y bien ubicado, cuenta con una distribución y mobiliarios adecuados, cuenta con un botiquín, posee una decoración cálida y armoniosa, cuenta con equipos como teléfono y computadora para facilitar el trabajo del personal, cuenta con materiales necesarios para realizar el registro del huésped, cuenta con un tarifario visible, así como

con un recuadro donde se indica la hora de check in y check out, Cuenta con llaveros en buen estado y llaves enumeradas, Cuenta con un rack para material publicitario e informativo, cuenta con extintores, cuenta con señalización de seguridad y luces de emergencia, cuenta con iluminación adecuada, presenta un olor agradable, las condiciones de limpieza son óptimas, exhibe todas las licencias correspondientes, cuenta con un libro de reclamaciones. La empresa no cumple con 2 estándares para 2 clientes, puesto que no cuenta con un buzón de sugerencias y no cuenta con un lugar seguro destinado para almacén de equipaje,

En áreas comunes vemos que de los 10 estándares evaluados que representan el 10,99% de la gestión de equipamiento e infraestructura, la empresa “El Murique” logro cumplir con 7 estándares para 9 clientes puesto que los pasadizos cuentan con una decoración armoniosa con el estilo del establecimiento, los pasadizos y escaleras se encuentran permanentemente limpios, los pasadizos y escaleras cuentan con buena iluminación, se cuenta con una sala de estar con lo necesario y en buenas condiciones de limpieza, cuenta con servicios higiénicos diferenciados por sexo, los servicios higiénicos cuentan con suministros necesarios permanentemente y los servicios higiénicos están permanentemente limpios. El hotel no cumple con 3 estándares para 3 clientes, puesto que no cuenta con señalización de seguridad y extintores en los pasadizos, los pasadizos no cuentan con luces de emergencia, no cuentan con un registro para controlar la limpieza de los servicios higiénicos.

En cuanto a las oficinas, observamos que de los 2 estándares evaluados que representan el 2,20% de estándares evaluados de la gestión de equipamiento e infraestructura, el hotel “El Murique” la empresa cumple con los 2 estándares evaluados para los 12 clientes ya que cuenta con una oficina administrativa y cuenta con los implementos necesarios.

Respecto a las habitaciones, vemos que de los 18 estándares evaluados que representan el 19,78% pertenecientes a la gestión de equipamiento e infraestructura, la empresa “El Murique” resalto el cumplimiento con 16 de ellos para 9 clientes, puesto que cuenta con habitaciones con numeración en el exterior, la cerradura de la puerta brinda seguridad, la decoración es agradable y armoniosa con el estilo del establecimiento, la limpieza es óptima, cuenta con el reglamento del establecimiento, cuenta con un plano de ubicación de la habitación y las salidas de emergencia, cuentan con un mobiliario y equipamiento básico para el confort del cliente, cuenta con un mobiliario y un equipamiento complementario, la distribución del mobiliario es adecuada, cuenta con baño propio con los implementos necesarios, las instalaciones sanitarias del baño se encuentran en buen estado y en funcionamiento, el baño cuenta con amenities con una buena presentación, el olor de la habitación es agradable, la habitación cuenta con aislamiento acústico, se cuenta con un sistema de agua caliente las 24 horas del día que no es activado por el huésped, cuenta con un sistema de ventilación. El hotel no cumple con 2 estándares para 3 clientes, ya que no cuenta con un material informativo y

de escritorio en las habitaciones y no se mantiene un patrón común en los blancos.

En base al almacén de pisos, observamos que de los 05 estándares evaluados que representan el 5,49% de la gestión de equipamiento e infraestructura, el hotel “El Murique” cumple con 4 de ellos para 11 clientes, la empresa cuenta con estantes en buen estado, cuenta con kardex para el control de los inventarios, cuenta con equipos, utensilios, materiales de limpieza y ropa de cama, se encuentra ordenado y limpio, los productos de limpieza están etiquetados. El hotel no cumple con 1 estándar para 1 cliente, puesto que no cuenta con almacenes de pisos en cada uno de los pisos del establecimiento.

En cuanto al comedor, observamos que de los 13 estándares evaluados que representan el 14,29% de estándares evaluados con relación al equipamiento e infraestructura, el hotel “El Murique” aprueba los 13 estándares evaluados para los 12 clientes, ya que se encuentra ubicado en un lugar de fácil acceso, la decoración es agradable y armoniosa con el estilo del establecimiento, el olor es agradable, el mobiliario está en buen estado de conservación y limpio, las cartas están en buen estado y los precios actualizados, cuenta con señalización, extintores y luces de emergencia, cuenta con estaciones de servicio debidamente organizadas, cuenta con utensilios, vajilla, cristalería y mantelería en cantidades suficientes para atender necesidades de próxima ocupación, se emplea utensilios, vajilla, cristalería y mantelería acorde a las características del

establecimiento y están en perfecto estado de conservación, cuenta con un sistema de ventilación, el mobiliario se ha distribuido en forma adecuada facilitando la circulación y cuenta con equipo de música y televisión.

En relación a la cocina, vemos que de los 10 estándares evaluados que representan el 10,99% de estándares evaluados en cuanto a equipamiento e infraestructura, el hotel “El Murique” logra cumplir con los 10 estándares para los 12 clientes, debido a que cuenta con un suministro de agua permanente, la iluminación es adecuada, cuenta con un sistema de ventilación adecuado, el piso es de material antideslizante y de fácil limpieza, las paredes están revestidas con material liso y de fácil limpieza, cuenta con una campana extractora en buenas condiciones, los equipos están en buen estado y limpios, los utensilios de cocina están en buenas condiciones, presenta condiciones de limpieza adecuadas, se dispone de contenedores de desperdicio ubicados de forma adecuada y limpios.

En cuanto al área del personal se evaluaron 3 estándares que representa el 3,30% de estándares evaluados de la gestión de equipamiento e infraestructura, el hotel “El Murique”, cumple con 02 estándares para 10 clientes, ya que cuenta con servicios higiénicos para el personal y cuenta con un área destinada para que el personal tome sus alimentos. El hotel no cumple con 1 estándar para 2 clientes puesto que no cuenta con un área destinada para que el personal deje sus pertenencias.

➤ Con respecto al cumplimiento de estándares derivados de

las buenas prácticas en equipamiento e infraestructura, de los 91 estándares evaluados que representan el 32% del total de estándares evaluados, tenemos que el hotel “El Murique” cumple con 79 es decir con el 86,85 %, siendo bueno el nivel de cumplimiento, pero considerando que el local y su equipamiento afectan la calidad del servicio, es necesario mejorar los aspectos que aún no se cumplen.

5.1.3. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión del servicio en el hotel “El Murique” de Zorritos, Contralmirante Villar de la ciudad de Tumbes, en el año 2018.

Seguidamente se detallan los resultados que se lograron conocer respecto a la evaluación a la gestión del servicio en el hotel “El Murique”.

Tabla 03: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión del servicio en el hotel “El Murique” de Zorritos, Contralmirante Villar de la ciudad de Tumbes, en el año 2018.

Sub dimensión	Cumplimiento de estándares			Porcentaje de cumplimiento		
	Cumple	No cumple	Evaluados	Cumple	No cumple	Evaluados
Reservas	7	0	07	7,05%	0,0%	7,1 %
Atención del teléfono	7	0	07	7,05%	0,0%	7,1 %
Ingreso del huésped	17	3	20	17,17	3,04%	20,2 %
Estadía	6	1	07	6,09%	1,01	7,1 %
Salida del huésped	8	5	13	8,08%	5,05%	13,1 %
Limpieza de habitaciones	15	3	18	15,15%	3,04%	18,2 %
Limpieza de áreas comunes	6	1	07	6,09%	1,01%	7,1 %
Preparación de A&B	4	0	04	4,06%	0,0%	4,0 %
Servicio de A&B	12	2	14	12,12	2,0%	14,1 %
Mantenimiento	2	0	02	2,0%	0,0%	2,0 %
TOTAL	84	15	99	84,86%	15.14%	100%

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la gestión del servicio se han evaluado un total de 99 estándares distribuidos en 10 subdimensiones, las cuales son: Reservas, atención del teléfono, ingreso del huésped, estadía, salida del huésped,

limpieza de habitaciones, limpieza de áreas comunes, preparación de A&B, Servicio de A&B y Mantenimiento.

En cuanto a las Reservas, vemos que de los 07 estándares evaluados que representan el 7,10% de estándares evaluados de la gestión del servicio, el Hotel “El Murique” cumple los 07 estándares para los 12 clientes encuestados, puesto que cuenta con un sistema que permita controlar las reservas, las reservas se responden en los plazos establecidos, las reservas se documentan indicando datos del huésped, características y cantidad de habitaciones, datos del contacto, etc., se reconfirma la información de la reserva con el cliente, informa sobre las políticas del establecimiento y las condiciones de la reserva, se despide con amabilidad agradeciendo la reserva, se informa a recepción sobre las reservas atendidas.

En relación la atención del teléfono, vemos que de los 07 estándares evaluados que representa el 7,10% de estándares evaluados de la gestión del servicio, el hotel “El Murique” cumple los 07 estándares para los 12 clientes, pues el personal saluda indicando el nombre del establecimiento y el de la persona que responde, el personal emplea un tono de voz claro y amable, pide el nombre a quien llama para poder personalizar el servicio, se contesta el teléfono antes de la tercera timbrada, se cuenta con una libreta para registrar los recados, se lleva un control exhaustivo de las llamadas telefónicas y se despide con amabilidad agradeciendo la llamada.

En cuanto al ingreso del huésped, vemos que de los 20 estándares evaluados que representa el 20,2% de estándares evaluados de la gestión del servicio, el Hotel “El Murique” no cumple con 07 estándares para 5 clientes, el personal de recepción no entrega las llaves y control remoto al botones, porque no cuenta con este personal, el botones no toca la puerta antes de abrir la habitación, el botones no verifica e indica el funcionamiento de los equipos y no verifica la dotación de suministros de la habitación, el botones no se despide del huésped deseándole una feliz estadía, el botones no coloca el equipaje en el lugar establecido, el botones no ayuda con el equipaje y conduce al huésped a la habitación, el botones no ingresa a la habitación e invita a pasar al huésped. La empresa cumple con 13 estándares para 7 clientes ya que, el personal presenta un cuidado esmerado de su persona, el personal de portería ayuda al huésped a bajar de vehículo, saluda y ofrece ayuda con el equipaje, el personal de portería acompaña al huésped hasta la recepción para el registro, el personal de recepción saluda con amabilidad al huésped y consulta si tiene reserva, el personal de recepción informa sobre las condiciones de la reserva o de la habitación, el personal de recepción orienta al cliente en el llenado del registro, el personal de recepción solicita el documento de identidad al huésped y le saca una copia, el personal de recepción informa sobre los servicios del establecimiento, el personal de recepción apertura la cuenta del huésped e informa a las demás áreas sobre el ingreso, la empresa dispone de un método para gestionar el ingreso de los huéspedes, el personal está uniformado e identificado, el personal de recepción aplica

las políticas de cobro del establecimiento, el personal de recepción asigna la habitación de acuerdo a las necesidades del cliente

En relación a la estadía, donde se tomó en cuenta 07 estándares, que representa el 7,10% de los que la empresa cumple con 06 estándares para 11 clientes, el personal atiende las necesidades y pedidos del huésped con diligencia, registra todos los consumos del huésped, elabora el importe de ingresos, emplea el cuaderno de ocurrencias, brinda información sobre lugares de interés y actividades sociales y culturales, atiende y da solución a las quejas de los clientes, la empresa no cumple con 01 estándar para 1 cliente ya que no brinda información a terceras personas del huésped.

La sexta sub dimensión evaluada fue la salida del huésped, donde se tomó en cuenta 13 estándares, que representan el 13,10% de los que la empresa cumple con 08 para 9 clientes, el personal de recepción ayuda con el equipaje al huésped, verifica el consumo y entrega la cuenta para que el cliente de su visto bueno, elabora el comprobante de pago según las indicaciones del cliente, entrega el comprobante de pago y realiza el cobro respectivo, agradece la estadía y desea un buen viaje al huésped, cierra la cuenta del cliente y archiva la copia del comprobante de pago, dispone de un método para gestionar la salida de los huéspedes, comunica al personal de limpieza la salida del huésped. No cumple con 05 estándares para 3 clientes, teniendo algunas dificultades en lo que respecta a que el personal de recepción no comunica la botones la salida del huésped para que lo ayude con el equipaje, el botones no verifica el estado de la habitación y

el posible olvido de pertenencias del huésped, el botones no lleva el equipaje a la recepción, en caso de pago con tarjeta de crédito no se verifica que se haya firmado la copia del cargo, en caso de cobros diferidos el personal no verifica que se firme la aceptación de la factura.

La otra sub dimensión evaluada fue limpieza de habitaciones, tomándose en cuenta 18 estándares, que representan el 18,20% de los que la empresa cumple con 15 para 10 clientes, el personal de limpieza tiene asignado un número adecuado de habitaciones para limpiar, el personal de limpieza coordina con recepción la limpieza de habitaciones, el personal de limpieza establece prioridades en la limpieza de habitaciones, el personal de limpieza tiene una rutina preestablecida y una técnica adecuada para la limpieza de las habitaciones según tipo y ocupabilidad, el personal de limpieza reporta las averías y desperfectos a recepción, el personal de limpieza toca la puerta antes de ingresar, el personal de limpieza ventila la habitación antes de limpiar, el personal de limpieza verifica el funcionamiento de los equipos y los desconecta, el personal de limpieza retira la ropa sucia y la basura de la habitación, el personal de limpieza dota de suministros y toallas al baño, , el personal de limpieza tiende las camas según los estándares del establecimiento, el personal de limpieza limpia el baño empleando guantes y productos de limpieza adecuados, el personal de limpieza mantiene en su lugar las pertenencias del huésped, el personal de limpieza registra e informa a recepción sobre los objetos olvidados por los huéspedes, el personal de limpieza verifica el orden y limpieza de la habitación antes de salir. No cumple con 03

estándares para 2 clientes, donde muestra deficiencia en que, el personal de limpieza en ocasiones no limpia la habitación de forma minuciosa, el personal de limpieza no informa a recepción sobre la limpieza de la habitación, el personal de limpieza no saluda de modo cordial a los huéspedes que encuentra a su paso por falta de manejo del idioma.

En cuanto a la subdimensión evaluada limpieza de áreas comunes, tomándose en cuenta 07 estándares, que representan 7,10% de los que la empresa cumple con 06 para 10 clientes; la limpieza de áreas comunes se lleva a cabo en horarios que no interrumpen a los clientes, se emplean equipos de señalización para evitar accidentes, en caso de encontrar objetos personales de los clientes se entrega a recepción indicando hora y lugar, se verifica el funcionamiento de equipos e iluminación, reportan las averías y desperfectos a fin de ser solucionadas con prontitud, antes de ingresar en zonas como los servicios higiénicos el personal se asegura que no hay clientes o que estos son conscientes de la entrada del personal. La empresa no cumple con 01 estándar para 2 clientes, puesto que el personal no está capacitado por lo tanto no evita poner elementos de limpieza interfiriendo los lugares de paso.

En la subdimensión preparación de alimentos y bebidas, tomándose en cuenta 04 estándares que representa el 4,0%, cumple los 04 estándares evaluados para los 12 clientes; el personal de producción de alimentos lleva a cabo su tarea respetando las normas de higiene, el personal de producción de alimentos se guía de recetas estándar para la preparación de

los platos, el personal de producción elabora los platos en el tiempo establecido, el personal de producción cuida de la presentación de los platos terminados.

En relación al servicio de alimentos y bebidas se evaluó 14 estándares, que representa el 14,10% de los cuales la empresa cumple con 12 estándares para 10 clientes; el personal de atención saluda con amabilidad a los huéspedes, el personal ayuda con las sillas a los clientes, el personal ofrece la carta abierta a los clientes, el personal posee conocimientos de la oferta gastronómica, se sirven los platos de la mesa todos a la vez, se sirve primero a las damas, luego a los caballeros adultos y finalmente al anfitrión, se evita tocar los alimentos con las manos, durante todo el servicio se mantendrá una constante atención a las necesidades de los clientes, en caso de clientes externos se presentará la factura cuando sea requerida por el cliente, en caso de huéspedes se hará firmar la comanda para ser cargada a la cuenta corriente, las mesas se limpiarán inmediatamente terminado el servicio, el personal agradece la presencia de los huéspedes con amabilidad. La empresa no cuenta con 02 estándares para 2 clientes ya que el personal de atención toma los pedidos de los huéspedes, pero no anota las especificaciones, el personal no recomienda una ubicación a los clientes.

La última subdimensión evaluada mantenimiento, se evaluó 02 estándares, que representa el 2,00%, donde la empresa cumple con los 02 estándares para los 12 clientes; cuenta con un plan de mantenimiento preventivo de las

instalaciones y equipamiento, y cuenta con un registro de las intervenciones de mantenimiento correctivo.

➤ En la gestión del servicio se han evaluado un total de 99 estándares que representan el 34,9% del total de estándares evaluado, el hotel “El Murique” cumple con 84, es decir con el 84,86%, situación que posibilita la prestación de un servicio de calidad, siendo necesario que paulatinamente se incluyan los estándares que no se cumplen, para garantizar la plena satisfacción de los clientes.

5.1.4. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión medioambiental en el hotel “El Murique” de Zorritos, Contralmirante Villar de la ciudad de Tumbes, en el año 2018.

A continuación, se presentan los resultados de la evaluación en cuanto a la gestión medioambiental en el hotel “El Murique”.

Tabla 04: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión medio ambiental en el hotel “El Murique” de Zorritos, Contralmirante Villar de la ciudad de Tumbes, en el año 2018.

Sub dimensión	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
	Cumple	No cumpl	Evaluado	Cumpl e	No cumpl e	Evaluado s
Uso del agua	3	3	6	12,0%	12,0%	24,0 %
Uso de la energía	5	3	8	20,0%	12,0%	32,0 %

Consumo de productos	6	1	7	24,0%	4,0%	28,0 %
Gestión de residuos	1	2	3	4,0%	8,0%	12,0 %
Adaptación al medio	1	0	1	4,0%	0,0%	4,0 %
TOTAL	16	9	25	64%	36%	100%

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la gestión medioambiental se han evaluado un total de 25 estándares distribuidos en 5 subdimensiones, las cuales son: Uso del agua, Uso de la energía, Consumo de Productos, Gestión de Residuos y Adaptación al medio.

En cuanto al uso del agua, vemos que de los 06 estándares evaluados que representan el 24,00% de estándares evaluados de la gestión medioambiental, el hotel “El Murique” no cumple con 03 estándares para 6 clientes, es decir la empresa no ha implementado algún programa para el uso eficiente de esta, tampoco logra sensibilizar y capacitar al personal sobre su uso correcto, no comunica a sus clientes las medidas que permiten ahorrar agua. La empresa cumple con 03 estándares para 6 clientes encuestados puesto que la empresa controla el consumo de agua, revisa periódicamente las instalaciones de agua e invierte en equipos que logran ahorrar este recurso.

En relación a la energía y su uso, vemos que de los 08 estándares evaluados que representan el 32,00% de estándares evaluados de la gestión

medioambiental, el Hotel “El Murique” no cumple con 03 estándares para 5 clientes, ya que la empresa no lleva un control de consumo de energía, no ha creado un programa para su uso eficiente, tampoco brinda el mantenimiento correcto a cada tipo electrónico; por otro lado, la empresa cumple con 05 estándares para 7 clientes, es decir la empresa, cuenta con medidas según el uso de la luz natural, promueve mantener las luces apagadas si no se están usando, cuenta con focos ahorradores, tiene sistema de ventilación y aislamiento térmico.

En relación al consumo de productos, vemos que de los 07 estándares evaluados que representa el 28,00% de estándares evaluados de la gestión medioambiental, el hotel “El Murique” no cumple con 01 estándar para 2 clientes, es decir dentro del hotel no se consumen ningún tipo de especie que estén protegidas o algunos de sus derivados, tampoco aquellas que son hidrológicas que aún están en las tallas mínimas. El hotel cumple 06 estándares para 10 clientes, es decir la empresa cuenta con proveedores que brindan productos respetuosos con el medio ambiente, compra productos en envases retornables, usa mayormente los correos electrónicos, usa productos para la limpieza que no afecten mucho al medio ambiente, usa de manera óptima los productos y para ello utiliza los dosificadores, recicla el papel y le da doble uso.

En cuanto a la gestión de residuos, vemos que de los 03 estándares evaluados que representa el 12,00% de estándares evaluados de la gestión medioambiental, el Hotel “El Murique” no cumple con 02 estándares para

9 clientes, puesto que la empresa no ha implementado un programa para el tratado de residuos y no tampoco logra sensibilizar mucho menos programa capacitaciones para el personal sobre la eliminación adecuada de residuos. El hotel cumple con 01 estándar para 3 clientes, ya que logra mantener los contenedores que poseen la basura en adecuadas condiciones con relación a la higiene.

En relación a la adaptación del medio, vemos que de 1 estándar evaluado que representa el 4,00% de estándares evaluados de la gestión medioambiental, el hotel “El Murique” cumple con el estándar para los 12 clientes, puesto que la empresa posee un paisaje y diseño que transmite calma y serenidad.

➤ La gestión medioambiental es un factor cada vez más valorado por los huéspedes y se ha convertido en una exigencia para las empresas del sector turismo; el hotel “El Murique” cumple con 16 de los 25 estándares evaluados, es decir con el 64,00 %; permitiendo a la empresa ahorrar y también proyectar una imagen positiva ante los consumidores, autoridades y comunidad en general.

5.1.5. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión sociocultural en el hotel “El Murique” de Zorritos, Contralmirante Villar de la ciudad de Tumbes, en el año 2018.

A continuación, se detallan los resultados de la evaluación obtenidos concernientes a la gestión sociocultural en el hotel “El Murique”

Tabla 05: cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión sociocultural en el hotel “El Murique” de Zorritos, Contralmirante Villar de la ciudad de Tumbes, en el año 2018.

Sub dimensión	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
	Cumple	No cumple	Evaluados	Cumple	No cumple	Evaluados
Apoyo a la cultura local	2	2	4	15,38%	15,38%	30,8 %
Apoyo a la comunidad local	4	5	9	30,77%	38,46%	69,2 %
TOTAL	6	7	13	46,15%	53,85%	100%

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la gestión socio-cultural se han evaluado un total de 13 estándares distribuidos en 2 subdimensiones, las cuales son: Apoyo a la cultura local y Apoyo a la comunidad local.

En cuanto al apoyo a la cultura local, vemos que de los 4 estándares evaluados que representan el 30,8% de estándares evaluados de la gestión socio - culturales, el Hotel “El Murique” no cumple con 2 estándares para 6 clientes, es decir, la empresa no participa en la adquisición de bienes del

patrimonio de procedencia ilegal y no participa en iniciativas de apoyo a la cultura local. La empresa cumple con 2 estándares para los otros 6 clientes encuestados, es decir, difunde las actividades y manifestaciones culturales de la comunidad e informa a los visitantes sobre la cultura local.

En lo referente al apoyo a la comunidad local se evaluó el cumplimiento de 09 estándares, de los cuales la empresa cumple con 04 estándares para 7 clientes pues anima a sus clientes a consumir productos locales, provee empleo digno a los miembros de la comunidad, adquiere productos de proveedores locales, informa a los turistas sobre aspectos relacionados al turismo. Por otro lado, la empresa no cumple con 05 estándares para 5 clientes puesto que aún no desarrolla programas de capacitación para la comunidad local, no dona productos usados o nuevos a la comunidad local, y no se difunde políticas en contra de la explotación sexual, no participa en los procesos de planificación turística y no forma parte de los gremios del sector turismo.

➤ En la gestión socio cultural se han evaluado 13 estándares, de los cuales la empresa cumple con 6, es decir con el 46,15 %; siendo necesario que la empresa ponga en práctica estrategias que permitan contribuir con la comunidad en la cual lleva a cabo su labor.

5.1.6. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en el hotel “El Murique” de Zorritos, Contralmirante Villar de la ciudad de Tumbes, en el año 2018.

Finalmente, la presente sección muestra los resultados de forma general respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en el hotel “El Murique”.

Tabla 06: cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en el hotel “el Murique” de Zorritos, Contralmirante Villar de la ciudad de Tumbes, en el año 2018.

Dimensión	Cumplimiento de estándares			Porcentaje de estándares		
	Cumple	No cumple	Evaluados	Cumple	No cumple	Evaluados
Gestión administrativa	26	30	56	46%	54 %	100 %
Equipamiento e infraestructura	79	12	91	87%	13%	100 %
Gestión del servicio	84	15	99	85%	15%	100 %
Gestión medio ambiental	16	9	25	64%	36%	100 %
Gestión socio cultural	6	7	13	46,%	54%	100 %
TOTAL	211	73	284	74%	26%	100%

Fuente: Elaboración propia..

En el hotel “El Murique” se evaluaron un total de 284 estándares; en cuanto a la gestión administrativa, vemos que de los 56 estándares evaluados que representan el 19,70% de estándares evaluados, el hotel “El Murique” no cumple con 30 estándares y cumple con 26 estándares. En cuanto a la gestión de equipamiento e infraestructura, vemos que de los 91 estándares evaluados que representan el 32% de estándares evaluados, el

hotel “El Murique” no cumple con 12 estándares y cumple con 79 estándares. En cuanto a la gestión del servicio, vemos que de los 99 estándares evaluados que representa el 34,9% de estándares evaluados, el hotel “El Murique” cumple con 84 estándares y no cumple con 15 estándares. En cuanto a la gestión medioambiental, vemos que de los 25 estándares evaluados que representan el 8,8% de estándares evaluados, el hotel “El Murique” cumple con 16 estándares y no cumple con 9 estándares. En cuanto a la gestión socio cultural, vemos que de los 13 estándares evaluados que representan el 4,6% de estándares evaluados, el hotel “El Murique” no cumple con 7 estándares y cumple con 6 estándares.

➤ En términos generales el hotel “El Murique” cumple con el 74,00 % de estándares evaluados, lo que significa que la calidad del servicio es buena, pero es necesaria la inclusión de los estándares propuestos que no se cumplen, lo cual conllevaría a tener clientes con una mayor satisfacción con el servicio recibido y se asegurará la permanencia de la empresa en el mercado.

5.2 Análisis de resultados

El hotel “El Murique” fue construido con la finalidad de ofrecer el servicio corporativo, pasando de esto a ser un destino familiar, gracias a la variedad de servicios que oferta a sus clientes, debido a aquello se convirtió en un lugar interesante por ser acogedor y estar muy cerca del mar siendo esta una ubicación estratégica.

Acerca de los estándares evaluados en el hotel “El Murique”, con respecto a las sub dimensiones evaluadas en cuanto a la gestión administrativa, se han evaluado 56 estándares, correspondientes a la planificación, organización, gestión de calidad, gestión de recursos humanos, gestión de suministros y proveedores, gestión de seguridad, gestión financiera y contable, y por último la gestión de comunicación y marketing, de los cuales el hotel cumple con 26 (46,7%), cabe indicar que es necesario mejorar la gestión de recursos humanos y la gestión de seguridad, en relación a la tesis de Dioses (2014) en su investigación realizada en el Hotel “Boulevard” de Zarumilla - tumbes, obtuvo un cumplimiento del 94,7% de los estándares evaluados, de acuerdo a este resultado se aprecia un dato negativo en cuanto al nivel de cumplimiento del hotel “El Murique”. Al respecto, Ayala Villegas (2006) considera que la administración es afín a todas aquellas ciencias o técnicas relacionadas con la eficiencia en el trabajo y el cumplimiento de objetivos.

Rainforest Alliance (s.f.), manifiesta que la organización se debe a una correcta administración. Esta es base fundamental para el funcionamiento de la empresa, ya que si no se hace de la manera correcta se obtendrán resultados no deseados. Su importancia radica en brindar la sostenibilidad de la empresa en el transcurso del tiempo.

Cabe resaltar que el uso inapropiado de los recursos que hay en la empresa, genera costos y estos perjudican a la calidad del servicio del hotel. Básicamente, el componente clave de cualquier empresa es el

cliente, es por eso que los procesos administrativos y gestiones que desarrollen los hoteles u hospedajes deben de estar orientados hacia el cliente, mejorar y superar las expectativas de los estos mismos.

En relación a las sub dimensiones evaluadas en cuanto al equipamiento e infraestructura, se han evaluado 91 estándares, correspondientes al exterior, recepción, áreas comunes, oficinas, habitaciones, almacén de pisos y área del personal, de los cuales el hotel cumple con 79 (86,85 %), es necesario mejorar algunos aspectos en la recepción y áreas comunes. Dioses (2014) en su investigación determinó en cuanto al equipamiento e infraestructura en el Hotel “Boulevard” de Zarumilla - tumbes, un cumplimiento de 94,68% de los estándares evaluados, resaltamos que la diferencia es poca entre la evaluación de estos estándares.

Es sumamente importante resaltar que el equipamiento e infraestructura de un hotel se debe encontrar en siempre en perfectas condiciones, puesto a que en gran parte de ello depende la imagen que el cliente observe del hotel, para ello se debe considerar como objetivo trabajar en una excelente prestación del servicio en ambientes eficaces, agradables, cómodos y seguros.

En base a los estándares evaluados en cuanto a la gestión del servicio, que fueron 99 estándares, correspondientes a las sub dimensiones de reservas, atención del teléfono, ingreso del huésped, estadía, salida del huésped, limpieza de las habitaciones, limpieza de áreas comunes y mantenimiento, de los cuales el hotel cumple con 84 (84,86 %), siendo

necesario mejorar en el aspectos del ingresos del huésped. MINCETUR (2010), indica que los servicios son el conjunto de acciones que se interactúan de manera directa con el cliente basándose en los distintos procesos claramente establecidos que se han creado con la finalidad de lograr la satisfacción de los clientes y asegurar el éxito de la empresa. El resultado de la investigación que realizó Dioses (2014) quien determinó un cumplimiento del 95% de los estándares evaluados. Se debe indicar que la gestión del servicio en las empresas de alojamiento constituye el valor del personal por toda la organización, cediendo un papel especial a los trabajadores en el contacto directo con el cliente al plantear la total responsabilidad de éste, con la satisfacción de dicho cliente en el momento de brindar el servicio.

En relación a los estándares evaluados en cuanto a la gestión medio ambiental, se han evaluado 25 estándares, correspondientes a las sub dimensiones uso de agua, uso de la energía, consumo de productos, gestión de residuos y adaptación al medio, de los cuales el hotel cumple con 16 (64%), viéndose como necesario mejorar algunos aspectos vinculados con en el uso del agua y de la energía. En su tesis, Dioses (2014) determinó 83,37% de cumplimiento de los estándares evaluados, donde se muestra un poco la deficiencia de gestión medio ambiental del

Hotel “Boulevard” de Zarumilla - tumbes, debido a que presenta un nivel de cumplimiento. Rainforest Alliance (2006), indica que la protección del medio ambiente baja costos y vuelve mas valiosos los servicios turísticos.

MINCETUR (2012), indica que Las buenas prácticas ambientales son un conjunto de acciones que contribuyen a una mejor calidad de vida en todos los entornos; enfocadas, principalmente, a evitar riesgos ambientales.

En cuanto a los estándares evaluados en lo que corresponde a la gestión sociocultural, se han evaluado 13 estándares, correspondientes a las sub dimensiones apoyo a la cultura local y apoyo a la comunidad local, de los cuales el hotel cumple con 6 (46,15 %), siendo necesario mejorar aspectos en cuanto al apoyo a la comunidad local.

Para ello en relación al tema, Dioses (2014) en su investigación al Hotel “Boulevard” de Zarumilla - tumbes, determinó un cumplimiento del 100% de los estándares evaluados, donde se puede observar que al cumplir con todos los estándares el hotel “El Murique”, debe mejorar en una variedad de aspectos. Rainforest Alliance (s.f.), indica que la comunidad es un gran referente de mercado. Muchas empresas tienen claro que una comunidad que convive con la empresa es otro agente de venta de sus servicios. La operación turística convive con un entorno social, es decir, con un grupo de personas que comparten objetivos de desarrollo, por lo cual, la relación entre el actor turístico y su entorno socio-cultural debe convertirse en una base sólida para cumplir con la responsabilidad social y a su vez, aportar para el desarrollo de este entorno, en beneficio mutuo de las partes.

Rainfores Alliance (2006), señala que las empresas deben tener un adecuado comportamiento que sea agradable al entorno social y también cultural. No se debería abusar del uso de los recursos. Estas empresas deberían participar de manera activa a la hora de desarrollar las comunidades, generar, inversión, proponer proyectos de turismo para mejorar la infraestructura turística, fomentar el trabajo y capacitaciones a las comunidades locales.

Respecto a las dimensiones que se evaluaron en el hotel “El Murique”, se puede concluir que las dimensiones que cumplen mayor porcentaje fueron la gestión del servicio, la gestión de equipamiento e infraestructura y la gestión administrativa, mientras que las que presentaron menor cumplimiento fueron las dimensiones de gestión medioambiental y gestión sociocultural.

En términos generales de acuerdo a los estándares derivados de las buenas prácticas obtuve, de los 284 estándares evaluados, el hotel logra cumplir con 211, lo que indica que la calidad de la empresa es alta, ya que aprobó el 74,0% de la totalidad.

VI. CONCLUSIONES

1. En relación al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en la gestión administrativa, y en cuanto a la sud dimensión

de la planificación la empresa cumple con los siguientes estándares: cuenta con un plan estratégico, ha establecido sus políticas, cuenta con un plan de, en cuanto a la organización, empresa cuenta con un sistema de comunicación, en relación a la gestión de calidad, cumple con realizar seguimientos y medición de la satisfacción del cliente, cuentan con un sistema de tratamiento de quejas, reclamos y sugerencias, en cuanto a la gestión de recursos humanos, cumple con fomentar y difunde entre sus empleados la práctica de valores y principios éticos, y cuenta con un archivo con los datos del personal, en relación a la sud dimensión de gestión de suministros y proveedores, la empresa cumple con tener un registro con las características y datos de sus proveedores, han establecido los horarios y procedimientos para la recepción de los productos y ha definido criterios para la selección de proveedores. En cuanto a la sud dimensión de gestión de seguridad, la empresa cumple con tener programas de simulacros y prácticas de seguridad, cuenta con el certificado de Defensa Civil y dispone de un listado actualizado de contactos para la atención de casos de emergencia, en base a la sud dimensión de gestión financiera y contable, la empresa cumple tener un propietario capacitado en temas financieros y contables, dispone de un presupuesto general y presupuestos específicos y cuenta con los servicios de un profesional en el campo financiero contable, en cuanto a la sud dimensión de gestión de comunicación y marketing, la empresa cumple con tener una marca y eslogan atractivo y coherente con el servicio que brinda, ha diseñado sus servicios de acuerdo a las

necesidades y expectativas de sus clientes, mantiene un registro de sus clientes, emplea medios de comunicación masivos para promocionar su oferta, provee información al cliente sobre las condiciones de prestación del servicio, provee información al cliente sobre las condiciones de prestación del servicio, exhibe en un lugar visible la oferta de hospedaje con sus respectivos precios, cumple con difundir información coherente con el servicio que brinda, y exhiben las formas de pago aceptada en un lugar visible dentro del establecimiento.

2. Con respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en equipamiento e infraestructura, en lo que corresponde a la sud dimensión del exterior, la empresa “El Murique” aprobó los siguientes estándares cuenta estacionamiento en lugar visible, existe limpieza en el entorno, se ubica en un lugar seguro, cuenta con un panel visible y atractivo en la fachada, presenta acceso especial para discapacitados, cuenta con buena iluminación, presenta facilidad de acceso peatonal, cuenta con establecimiento privado, Por otro lado, En cuanto a la sud dimensión de recepción, la empresa mantuvo un cumplimiento de los siguientes estándares se ubica en un lugar de fácil acceso, cuenta con un palomar adecuado y bien ubicado, cuenta con una distribución y mobiliarios adecuados, cuenta con un botiquín, posee una decoración cálida y armoniosa, cuenta con equipos como teléfono y computadora para facilitar el trabajo del personal, cuenta con materiales necesarios para realizar el registro del huésped, cuenta

con un tarifario visible, así como con un recuadro donde se indica la hora de check in y check out, Cuenta con llaveros en buen estado y llaves enumeradas, Cuenta con un rack para material publicitario e informativo, cuenta con extintores, cuenta con señalización de seguridad y luces de emergencia, cuenta con iluminación adecuada, presenta un olor agradable, las condiciones de limpieza son óptimas, exhibe todas las licencias correspondientes, cuenta con un libro de reclamaciones. En la Sub dimensión de áreas comunes cumple con tener pasadizos con una decoración armoniosa con el estilo del establecimiento, los pasadizos y escaleras se encuentran permanentemente limpios, los pasadizos y escaleras cuentan con buena iluminación, se cuenta con una sala de estar con lo necesario y en buenas condiciones de limpieza, cuenta con servicios higiénicos diferenciados por sexo, los servicios higiénicos cuentan con suministros necesarios permanentemente y los servicios higiénicos están permanentemente limpios. En cuanto a la sud dimensión de las oficinas cumple con tener una oficina administrativa y cuenta con los implementos necesarios. Respecto a la sud dimensión de las habitaciones, el hotel cumple con tener habitaciones con numeración en el exterior, la cerradura de la puerta brinda seguridad, la decoración es agradable y armoniosa con el estilo del establecimiento, la limpieza es óptima, cuenta con el reglamento del establecimiento, cuenta con un plano de ubicación de la habitación y las salidas de emergencia, cuentan con un mobiliario y equipamiento

básico para el confort del cliente, cuenta con un mobiliario y un equipamiento complementario, la distribución del mobiliario es adecuada, cuenta con baño propio con los implementos necesarios, las instalaciones sanitarias del baño se encuentran en buen estado y en funcionamiento, el baño cuenta con amenities con una buena presentación, el olor de la habitación es agradable, la habitación cuenta con aislamiento acústico, se cuenta con un sistema de agua caliente las 24 horas del día que no es activado por el huésped, cuenta con un sistema de ventilación. En base a la sud dimensión de almacén de pisos, observamos que la empresa cumple con tener estantes en buen estado, cuenta con kardex para el control de los inventarios, cuenta con equipos, utensilios, materiales de limpieza y ropa de cama, se encuentra ordenado y limpio, los productos de limpieza están etiquetados. En cuanto a la sud dimensión del comedor, el hotel cumple los estándares de ubicarse en un lugar de fácil acceso, la decoración es agradable y armoniosa con el estilo del establecimiento, el olor es agradable, el mobiliario está en buen estado de conservación y limpio, las cartas están en buen estado y los precios actualizados, cuenta con señalización, extintores y luces de emergencia, cuenta con estaciones de servicio

debidamente organizadas, cuenta con utensilios, vajilla, cristalería y mantelería en cantidades suficientes para atender necesidades de próxima ocupación, se emplea utensilios, vajilla, cristalería y mantelería acorde a las características del establecimiento y están en

perfecto estado de conservación, cuenta con un sistema de ventilación, el mobiliario se ha distribuido en forma adecuada facilitando la circulación y cuenta con equipo de música y televisión. En relación a la sud dimensión de cocina, el hotel aprueba los estándares de contar con un suministro de agua permanente, la iluminación es adecuada, cuenta con un sistema de ventilación adecuado, el piso es de material antideslizante y de fácil limpieza, las paredes están revestidas con material liso y de fácil limpieza, cuenta con una campana extractora en buenas condiciones, los equipos están en buen estado y limpios, los utensilios de cocina están en buenas condiciones, presenta condiciones de limpieza adecuadas, se dispone de contenedores de desperdicio ubicados de forma adecuad y limpios. En cuanto a la sud dimensión del área del personal el hotel aprueba el estándar de contar con servicios higiénicos para el personal y cuenta con un área destinada para que el personal tome sus alimentos.

3. En la gestión del servicio en lo que corresponde a la sud dimensión de Reservas, el hotel aprueba los estándares de contar con un sistema que permita controlar las reservas, las reservas se responden en los plazos establecidos, las reservas se documentan indicando datos del huésped, características y cantidad de habitaciones, datos del contacto, etc., se reconfirma la información de la reserva con el cliente, informa sobre las políticas del establecimiento y las condiciones de la reserva, se despide con amabilidad agradeciendo la reserva, se informa a

recepción sobre las reservas atendidas. En relación a la sud dimensión de atención del teléfono, la empresa aprobó los estándares de saludar indicando el nombre del establecimiento por parte del personal, el personal emplea un tono de voz claro y amable, pide el nombre a quien llama para poder personalizar el servicio, se contesta el teléfono antes de la tercera timbrada, se cuenta con una libreta para registrar los recados, se lleva un control exhaustivo de las llamadas telefónicas y se despide con amabilidad agradeciendo la llamada. En relación a la sud dimensión de ingreso del huésped el hotel cumple los siguientes estándares; el personal presenta un cuidado esmerado de su persona, el personal de portería ayuda al huésped a bajar de vehículo, saluda y ofrece ayuda con el equipaje, el personal de portería acompaña al huésped hasta la recepción para el registro, el personal de recepción saluda con amabilidad al huésped y consulta si tiene reserva, el personal de recepción informa sobre las condiciones de la reserva o de la habitación, el personal de recepción orienta al cliente en el llenado del registro, el personal de recepción solicita el documento de identidad al huésped y le saca una copia, el personal de recepción informa sobre los servicios del establecimiento, el personal de recepción apertura la cuenta del huésped e informa a las demás áreas sobre el ingreso, la empresa dispone de un método para gestionar el ingreso de los huéspedes, el personal está uniformado e identificado, el personal de recepción aplica las políticas de cobro del establecimiento, el personal

de recepción asigna la habitación de acuerdo a las necesidades del cliente. En relación a la sub dimensión de estadía, la empresa cumple los siguientes estándares; el personal atiende las necesidades y pedidos del huésped con diligencia, registra todos los consumos del huésped, elabora el importe de ingresos, emplea el cuaderno de ocurrencias, brinda información sobre lugares de interés y actividades sociales y culturales, atiende y da solución a las quejas de los clientes. La sexta sub dimensión evaluada fue la salida del huésped, donde la empresa cumple con los siguientes estándares; el personal de recepción ayuda con el equipaje al huésped, verifica el consumo y entrega la cuenta para que el cliente de su visto bueno, elabora el comprobante de pago según las indicaciones del cliente, entrega el comprobante de pago y realiza el cobro respectivo, agradece la estadía y desea un buen viaje al huésped, cierra la cuenta del cliente y archiva la copia del comprobante de pago, dispone de un método para gestionar la salida de los huéspedes, comunica al personal de limpieza la salida del huésped. También se evaluó la sub dimensión de limpieza de habitaciones, donde la empresa cumple con los siguientes estándares; el personal de limpieza tiene asignado un número adecuado de habitaciones para limpiar, el personal de limpieza coordina con recepción la limpieza de habitaciones, el personal de limpieza establece prioridades en la limpieza de habitaciones, el personal de limpieza tiene una rutina preestablecida y una técnica adecuada para la limpieza de las habitaciones según tipo y ocupabilidad, el personal

de limpieza reporta las averías y desperfectos a recepción, el personal de limpieza toca la puerta antes de ingresar, el personal de limpieza ventila la habitación antes de limpiar, el personal de limpieza verifica el funcionamiento de los equipos y los desconecta, el personal de limpieza retira la ropa sucia y la basura de la habitación, el personal de limpieza dota de suministros y toallas al baño, , el personal de limpieza tiende las camas según los estándares del establecimiento, el personal de limpieza limpia el baño empleando guantes y productos de limpieza adecuados, el personal de limpieza mantiene en su lugar las pertenencias del huésped, el personal de limpieza registra e informa a recepción sobre los objetos olvidados por los huéspedes, el personal de limpieza verifica el orden y limpieza de la habitación antes de salir. En cuanto a la subdimensión limpieza de áreas comunes, la empresa cumple con llevar a cabo la limpieza de áreas comunes en horarios que no interrumpen a los clientes, se emplean equipos de señalización para evitar accidentes, en caso de encontrar objetos personales de los clientes se entrega a recepción indicando hora y lugar, se verifica el funcionamiento de equipos e iluminación, reportan las averías y desperfectos a fin de ser solucionadas con prontitud, antes de ingresar en zonas como los servicios higiénicos el personal se asegura que no hay clientes o que estos son conscientes de la entrada del personal. Así mismo en la sub dimensión de preparación de alimentos y bebidas, el hotel cumple los siguientes estándares; el personal de producción de alimentos lleva a cabo su tarea respetando las normas de higiene, el

personal de producción de alimentos se guía de recetas estándar para la preparación de los platos, el personal de producción elabora los platos en el tiempo establecido, el personal de producción cuida de la presentación de los platos terminados. Seguidamente en la sub dimensión de servicio de alimentos y bebidas la empresa cumple con; manejar personal de atención que saluda con amabilidad a los huéspedes, el personal ayuda con las sillas a los clientes, el personal ofrece la carta abierta a

los clientes, el personal posee conocimientos de la oferta gastronómica, se sirven los platos de la mesa todos a la vez, se sirve primero a las damas, luego a los caballeros adultos y finalmente al anfitrión, se evita tocar los alimentos con las manos, durante todo el servicio se mantendrá una constante atención a las necesidades de los clientes, en caso de clientes externos se presentará la factura cuando sea requerida por el cliente, en caso de huéspedes se hará firmar la comanda para ser cargada a la cuenta corriente, las mesas se limpiarán inmediatamente terminado el servicio, el personal agradece la presencia de los huéspedes con amabilidad. Finalmente, la sub dimensión evaluado mantenimiento, cumple con tener un plan de mantenimiento preventivo de las instalaciones y equipamiento, y cuenta con un registro de las intervenciones de mantenimiento correctivo.

4. La gestión medioambiental y en cuanto a la sud dimensión del uso del agua, la empresa cumple los estándares de controlar el consumo de agua, revisar periódicamente las instalaciones de agua e invertir en equipos que logran ahorrar este recurso. En relación a la sud dimensión de energía y su uso, la empresa cumple con los siguientes estándares; cuenta con medidas según el uso de la luz natural, promueve mantener las luces apagadas si no se están usando, cuenta con focos ahorradores, tiene sistema de ventilación y aislamiento térmico. En relación a la sud dimensión de consumo de productos el hotel cumple con los siguientes estándares, la empresa cuenta con proveedores que brindan productos respetuosos con el medio ambiente, compra productos en envases retornables, usa mayormente los correos electrónicos, usa productos para la limpieza que no afecten mucho al medio ambiente, usa de manera óptima los productos y para ello utiliza los dosificadores, recicla el papel y le da doble uso. Seguidamente en lo que respecta al sud dimensión de la gestión de residuos, el hotel cumple con lograr mantener los contenedores que poseen la basura en adecuadas condiciones con relación a la higiene. Finalmente, en relación al sud dimensión de adaptación del medio, el hotel logra cumplir el estándar de poseer un paisaje y diseño que trasmite calma y serenidad.

5. En la gestión socio cultural en cuanto a la sud dimensión de apoyo a la cultura local, La empresa cumple con difundir las actividades y

manifestaciones culturales de la comunidad e informa a los visitantes sobre la cultura local. Así mismo en la sud dimensión de apoyo a la comunidad la empresa logra cumplir con los siguientes estándares; anima a sus clientes a consumir productos locales, provee empleo digno a los miembros de la comunidad, adquiere productos de proveedores locales, informa a los turistas sobre aspectos relacionados al turismo.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Ahmeid, I. (2001). *Operaciones y Procesos Hoteleros Gestión del alojamiento*.

España: Paninfo

Albacete, C. (2004). *Calidad de servicio en alojamientos rurales*. España:

Universidad de Granada

Ballón, S. Surco (2016). *Evaluación En La Calidad De Servicio Y Satisfacción*

Del Cliente En Los Hoteles De Dos Y Tres Estrellas De La Ciudad De

Abancay.

Lima.

Disponible

en:

http://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/ESAN/588/2016_ADYF

[I_16-2_01_T.pdf?sequence=1](http://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/ESAN/588/2016_ADYF)

Casanueva, C., García, J., y Caro F.J. (2000). *Organización y gestión de empresas*

turísticas. Madrid: Pirámide.

CHIAVENATO, *Introducción a la Teoría General de la Administración*, 2000,

(pág. 12)

Consejo Mundial de Viajes y Turismo de la OMT (2007). *Estadísticas del turismo internacional*. Madrid -España.

Corral M.F. (2006). *Manual de recepción hotelera: principios y técnicas*. España: Septem.

Cueva, V. (Chiclayo - 2015). *En su investigación "Evaluación de la calidad percibida por los clientes del hotel los portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones"*. Recuperada de: https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2274/ING_552.pdf?sequence=1

De la Parra Paz, E. (1995). *Guía práctica para lograr calidad en el servicio*. ISBN: México.

Dioses, T. (Tumbes – 2014). *En su investigación "Evaluación de la calidad del servicio del hotel "boulevard", de la provincia de Zarumilla, departamento de tumbes, utilizando estándares de las buenas prácticas, durante el año 2014"*. Recuperada de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/850/CALIDAD_BUENAS_PRACTICAS_DIOSES_GUERRERO_TAHIS_ELIANA.pdf?sequence=4

Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – *DIRCETUR Cusco* (2009). Recuperado de [http://es.scribd.com/doc/30365730/MANUAL-DE-CALIDAD TURISTICA- PARA-CENTROS-DE-ENTRETENIMIENTO-Y-DIVERSION](http://es.scribd.com/doc/30365730/MANUAL-DE-CALIDAD-TURISTICA-PARA-CENTROS-DE-ENTRETENIMIENTO-Y-DIVERSION).

Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DICETUR 2014.

Establecimiento de hospedaje de Tumbes.

Falcón y Herrera (2005), *Análisis del dato Estadístico (Guía didáctica)*,

Universidad Bolivariana de Venezuela, Caracas.

ISO 9000:2008. *Norma Iso 9001-2008*

Gallego, J. (2002). *Gestión de hoteles: una nueva visión*. España: Paraninfo.

García, F., García, P., y Gil, M. (2011). *Operaciones básicas y servicios en restaurantes y eventos especiales*. España: Paraninfo.

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

González, P. (España – 2014). *En su investigación: “La calidad y la satisfacción del cliente en la hotelería LOW COST”*. Pág. 65 - 66. Recuperado del sitio de

internet: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/6001/1/TFG-N.95.pdf>

Grönroos, C. (2001). *The perceived service quality concept - a mistake*.

Managing Service Quality.

Hernández, R. (octubre, 2012). *Definiciones de mercadotecnia*. Recuperado de:

<https://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/lacolumna/31definiciones-de-mercadotecnia-9>

Hernández, R., Fernández, C, y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. 5Ta ed. Chile: McGrawHill.

Hospitality & Service University. (s.f.). *Manual de estándares de servicio: restaurantes*. Recuperado de hsu.cl/galería/file_52126699.pdf

ICTE (2000), *Normas de Calidad de Hoteles y Apart Limpieza y Mantenimiento de Pisos*. Recuperado de <http://www.cabildodelanzarote.com/turismo/limpiezapisosicte.pdf>

Jiménez, K., Vidal, A., y Polanco, D. (2011). *Diagnóstico del sistema de gestión de calidad en el hotel las tunas de la cadena Islazul*. Recuperada de <http://www.eumed.net/rev/turydes/10/amr.htm>

Kotler, P., Bloom, P. y Hayes Thomas, (2004). Págs. 9 y 10. *El marketing de Servicios Profesionales*. Colombia: Editorial Paidós SAICF.

Lamb, C., Hair, J. y McDaniel. C. (2002). *Marketing. Sexta Edición Internacional Thomson*

Lefcovich, M. (2009). *Gestión de calidad para la excelencia*. Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/Doc?id=10311860&ppg=5>

Ley de Promoción y Formalización la Micro y Pequeña Empresa, (2013)

Luis Di Muro Pérez (2012), *definición de un hotel*. Recuperado de: <http://administracion.realmexico.info/2013/10/conceptos-de-hotel.html>

Manual, CTN (2007). *Buenas Prácticas para un Turismo Sostenible y Calidad de los Servicios*. Lima: PromPeru.

Marketing Publishing. (2007). *Gestión de la calidad total*. Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/Doc?id=10194515&ppg=7>

Martín, I. (2004). *Dirección y gestión de empresas del sector turístico (3era ed.)*. España: Pirámide

Mestres Soler, J.R. (1999). *Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera*. Barcelona, España. Ediciones Gestión 2000.

Mincetur. (2004) *Reglamento de Establecimiento de Hospedaje*.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2008). *Manual de buenas prácticas de manipulación de alimentos para restaurantes y servicios afines*.

Recuperado de http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/cultur/pdfs_documentos_Cultur/MB_P_MANIPULACION_DE_ALIMENTOS.pdf

MINCETUR (2014) *estadística de la llegada del turista internacional en el Perú*

MINCETUR. (2013) *Reglamento de Establecimiento de Hospedaje*.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2009). *Ley general de turismo, N° 29408*. Recuperado de

http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/LEY_GENERAL_DE_TURISMO_LEY29408.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2012). *Manual de buenas prácticas para atención de clientes*. Recuperado desde:

http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/cultur/pdfs_documentos_Cultur/03_mbp_gestion_hospedaje/Manual_141012.pdf

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR (2015). *Índices Mensuales de Ocupabilidad de Establecimientos de Hospedaje Colectivo*. Lima – Perú.

Montaner, J. (1996). *Estructura del mercado turístico (2da ed.)*. España: Síntesis.

Muñoz G. (2017), “Análisis de la Calidad del Servicio del Hotel Perla Verde de la Ciudad de Esmeraldas”. Ecuador. Disponible en: <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1116/1/MU%C3%91OZ%20BENAVIDES%20GIRA.pdf>

Nanclares, J. (2001). *Marketing y planificación para restaurantes*. México: Paraninfo.

Navarrete E., Pupuche C. y Villalobos P. (2017). “Calidad en las Empresas del Sector Hotelero de la Región Lambayeque”. Surco. Recuperad de: http://tesis.pucp.edu.pe:8080/repositorio/bitstream/handle/123456789/12028/PUPUCHE_NAVARRETE_CALIDAD_HOTELERO_LAMBAYEQUE.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Navarro, A. (2008). *Gestión de hoteles, Hostelería y Turismo*. España: Vértice

Navarro, A. (2009). *Recepción hotelera y atención al cliente*. España: Paraninfo

Noel M. y Serna Y. (2017) “Gestión del talento humano y la calidad del servicio en hoteles tres estrellas del distrito de zorritos - 2015” Tumbes.

Disponible en:

<http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/UNITUMBES/89/>

TESIS%20-

%20NOEL%20Y%20SERNA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Organización Mundial del Turismo - OMT (2012) *Estadísticas del turismo internacional*

Organización Mundial del Turismo - OMT (2015) *Estadísticas del turismo internacional*

Organización Mundial del Turismo OMT (2017 enero 17). *El turismo internacional mantiene un crecimiento sostenido pese a las dificultades.*

Recuperado de [http://www2.unwto.org/es/press-release/2017-01-](http://www2.unwto.org/es/press-release/2017-01-17/elturismo-internacional-mantiene-un-crecimiento-sostenido-pese-lasdificul)

17/elturismo-internacional-mantiene-un-crecimiento-sostenido-pese-

lasdificul

Palacios, D. (Colombia – 2014). *En su investigación “Evaluación de la calidad de servicio percibida en los establecimientos hoteleros de Quibdó”.*

Recuperada de:

<http://www.bdigital.unal.edu.co/45670/1/11799027.2014.pdf>

Pentur. (2008). *Diagnostico FODA del turismo en el Perú.* Lima – Perú

Ramírez. (2002). *Calidad total en las empresas turísticas.* México D.F.: Trillas.

Ramos K. y Romero J. (2016). "Diseño de un plan de servicio para una mejor gestión competitiva en las empresas hoteleras de la región de Tumbes-2016". Tumbes. Disponible en [http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/UNITUMBES/92/ TESIS%20-%20RAMOS%20Y%20ROMERO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/UNITUMBES/92/TESIS%20-%20RAMOS%20Y%20ROMERO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Rainforest Alliance. (s.f.). *Buenas prácticas para turismo sostenible: Una guía para el pequeño y mediano empresario*. Recuperado de <http://web.ambiente.gob.ec/sites/default/files/users/jloartefls/Buenas%20practicass%20del%20turismo%20sostenible.pdf>

Rainforest Alliance. (s.f.). *Manual de buenas prácticas para turismo sostenible*. Recuperado de www.rainforestalliance.org/.../tourism_practices_guide_spanish.pdf

Rodríguez. (2005). *Planificación, definición*. Recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos81/consideraciones-importanciaplanificacion-estrategicaa/consideraciones-importancia-planificacionestrategicaa2.shtml>

Sandhusen, L. Richard, (2002). *Mercadotecnia*. México: Continental.

Sánchez Feito, J. (2000). *Procesos de servicios en restauración*. España: Síntesis.

Servicio Nacional de Turismo – SERNATUR Chile. (2011). *Manual de buenas*

prácticas: alojamiento turístico. Recuperado de
<http://es.scribd.com/doc/80679326/CHILE-POR-UN-TURISMOSUSTENTABLE->

Van Duynen, L., y Carré Marcela. (2011). *Buenas prácticas hoteleras.*

Recuperado de
http://www.moveuse.org/uploads/1/6/1/3/16135600/guia_de_buenas_practicas_hoteleras_fund_vida_silvestre.pdf.

ANEXOS

ANEXO 01: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividad	2018					
	JUN	JUL		AGO		
	09	28	29-31	01	03	04
INICIO DE CLASE	X					
PREBANCA		X				
LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES			X			
ELABORACION DE ARTICULO CIENTIFICO				X		
TERMINO DE CLASES					X	
SUSTENTACION						X

ANEXO 02: PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

RUBRO	CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
RECURSOS HUMANOS	01	Corrector	S./ 2.00	S./ 2.00
	50	Hojas Bond	S./ 0.10	S./ 5.00
	02	Lapiceros	S./ 1.50	S./ 3.00
	01	Resaltador	S./ 2.00	S./ 2.00
	01	Engrapador	S./ 12.00	S./ 12.00
SERVICIOS		Grapas	S./ 3.00	S./ 3.00
	10 Horas	Uso de Internet	S./ 1.50	S./ 15.00
	03	Refrigerios	S./ 4.00	S./ 12.00

	50	Fotocopias	S./ 0.10	S./ 5.00
	02	Impresión	S./ 0.50	S./ 1.00
TALLER COCURRICULAR	01	Matricula	S./ 200.00	S./ 200.00
	02	Pensión	S./ 1230.00	S./ 2460.00
MOVILIDAD		Movilidad	S./ 20.00	S./ 20.00
TOTAL			S./ 1476.70	S./ 2740.00

ANEXO 03: ENCUESTA



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

La presente encuesta tiene por finalidad conocer el cumplimiento de estándares derivados de las buenas practicas:

FICHA DE OBSERVACIÓN BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES

ALOJAMIENTO

SUB DIMENSIÓN	ITEM	CUMPLE	
		SI	NO
	La empresa cuenta con programas para el uso eficiente del agua		
	La empresa lleva un control del consumo de agua		

Uso del agua	La empresa lleva a cabo revisiones periódicas de las instalaciones de agua		
	La empresa cuenta con equipos que contribuyan al ahorro de agua		
	La empresa sensibiliza y capacita al personal sobre el uso adecuado del agua		
	La empresa comunica a sus clientes las medidas que permiten ahorrar agua		
Uso de la energía	La empresa cuenta con programas para el uso eficiente de la energía eléctrica		
	La empresa adopta medidas para el máximo aprovechamiento de la luz natural		
	La empresa promueve el apagado de luces y equipos cuando no están en uso		
	La empresa lleva un control de consumo de energía		
	La empresa utiliza focos ahorradores		
	La empresa cuenta con buena ventilación y aislamiento térmico para recurrir lo menos posible a la climatización		
	Se da el mantenimiento adecuado a equipos eléctricos		
	Se usan interruptores independientes para iluminar las zonas de un mismo lugar		
Consumo de productos	La empresa emplea productos de limpieza de bajo impacto al medio ambiente		
	La empresa emplea dosificadores para el uso óptimo de los productos		
	La empresa contrata a proveedores que brindar productos respetuosos con el medioambiente		
	La empresa prefiere la compra de productos en envases retornables		

	La empresa imprime el papel por las dos caras e imprime documentos internos en papel reciclado		
	La empresa usa en lo posible el correo electrónico para reducir el uso de tinta y papel		
	La empresa no consume especies protegidas o sus derivados ni especies hidrobiológicas fuera de su talla mínima		
Gestión de residuos	La empresa cuenta con un programa para la gestión de residuos		
	La empresa sensibiliza y capacita al personal sobre la forma correcta de eliminar residuos		
	La empresa mantiene los contenedores de basura en condiciones higiénicas		
Adaptación al medio	La empresa cuenta con un diseño e infraestructura armonioso con el paisaje		



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FICHA DE OBSERVACIÓN

BUENAS PRÁCTICAS SOCIO-CULTURALES

SUB DIMENSIÓN	ITEM	CUMPLE	
		SI	NO

Apoyo a la cultura local	La empresa difunde las actividades y manifestaciones culturales de la comunidad		
	La empresa no participa en la adquisición de bienes del patrimonio de procedencia ilegal		
	La empresa participa en iniciativas de apoyo a la cultura local		
	La empresa informa a los visitantes sobre la cultura local		
Apoyo a la comunidad local	La empresa anima a sus clientes a consumir productos locales		
	La empresa dona productos usados o nuevos a la comunidad local		
	La empresa provee empleo digno a los miembros de la comunidad		
	La empresa adquiere productos de proveedores locales		
	La empresa difunde políticas en contra de la explotación sexual		
	La empresa forma parte de los gremios del sector turismo		
	La empresa participa en los procesos de planificación turística		
	La empresa informa a los turistas sobre aspectos relacionados al turismo		
	La empresa desarrolla programas de capacitación para la comunidad local		



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FICHA DE OBSERVACIÓN
GESTIÓN ADMINISTRATIVA
ALOJAMIENTO**

--	--	--

SUB DIMENSIÓN	ITEM	CUMPLE	
		SI	NO
Planificación	La empresa cuenta con un plan estratégico en el que define su visión, misión, valores y objetivos		
	La empresa cuenta con planes operativos para sus distintas áreas		
	La empresa cuenta con políticas establecidas (servicios, ambientales, sociales, seguridad)		
	La empresa cuenta con un plan de negocios		
Organización	La empresa cuenta con un manual de organización y funciones		
	La empresa ha documentado sus procesos, estándares y requisitos del servicio y cuenta con un manual de procesos y procedimientos		
	La empresa cuenta con un sistema de comunicación formal		
Gestión de calidad	La empresa cuenta con un sistema de control de calidad del servicio		
	La empresa ha definido qué aspectos deben ser monitoreados para asegurar la calidad de los servicios		
	La empresa realiza auditorías internas periódicas		
	La empresa mantiene un programa de acciones correctivas para eliminar las causas de las desviaciones		
	La empresa hace un seguimiento y medición de la satisfacción del cliente		
	La empresa mantiene un sistema de tratamiento de quejas y reclamos y sugerencias		
	La empresa ha definido los perfiles de los puestos de trabajo (aptitudes, habilidades, formación y experiencia)		
	La empresa ha definido el proceso de selección de personal		

Gestión de recursos humanos	La empresa cuenta con un archivo con los datos del personal		
	La empresa cuenta con un programa de inducción para el personal		
	La empresa evalúa periódicamente el rendimiento del personal (calidad y cantidad del trabajo, relaciones laborales)		
	La empresa cuenta con un programa de capacitación para el personal		
	La empresa emplea estrategias para mantener motivado al personal		
	La empresa lleva a cabo reuniones frecuentes a fin de tratar temas relacionados con el trabajo		
	La empresa garantiza la igualdad de oportunidades a los empleados		
	La empresa fomenta y difunde entre sus empleados la práctica de valores y principios éticos		
	La empresa comunica al personal los resultados alcanzados en cuanto a los servicios y la satisfacción del cliente		
	La empresa ha establecido mecanismos para que el personal comunique sus sugerencias sobre el servicio		
	La empresa respeta la jornada laboral establecida por ley		
	La empresa brinda remuneraciones establecidas en la legislación laboral		
	La empresa cumple con brindar los beneficios sociales a los empleados		
Gestión de suministros y proveedores	La empresa ha definido criterios para la selección de proveedores		
	La empresa cuenta con un registro con las características y datos de sus proveedores		
	La empresa ha definido las condiciones de pedido, entrega y pagos		
	La empresa emplea formatos para formalizar sus pedidos		
	La empresa ha establecido los horarios y procedimientos para la		

	recepción de los productos		
Gestión de seguridad	La empresa ha identificado sus riesgos y peligros (reales y potenciales)		
	La empresa ha desarrollado planes para minimizar las situaciones de riesgo y peligro		
	Se brinda capacitación al personal en temas de seguridad		
	La empresa cuenta con planes para atender emergencias (naturales, accidentes, enfermedades)		
	La empresa cuenta con equipos y dispositivos de seguridad tanto para los clientes como para los empleados		
	La empresa ha implementado programas de simulacros y prácticas de seguridad		
	La empresa cuenta con el certificado de Defensa Civil		
	La empresa dispone de un listado actualizado de contactos para la atención de casos de emergencia		
Gestión financiera y contable	La empresa cuenta con los servicios de un profesional en el campo financiero contable		
	La empresa dispone de un presupuesto general y presupuestos específicos		
	El propietario está capacitado en temas financieros y contables		
Gestión de comunicación y marketing	La empresa cuenta con un estudio de mercado, considerando las características tanto de la competencia como de la demanda		
	La empresa cuenta con una marca y eslogan atractivo y coherente con el servicio que brinda		
	La empresa diseña sus servicios de acuerdo a las necesidades y expectativas de sus clientes		
	La empresa mantiene un registro de sus clientes		
	La empresa firma convenios con el fin de incrementar la demanda del establecimiento		

	La empresa ha establecido el precio de sus productos o servicios en base a un estudio de mercado		
	La empresa emplea medio de comunicación masivos para promocionar su oferta		
	La empresa difunde información coherente con el servicio que		
	brinda		
	La empresa provee información al cliente sobre las condiciones de prestación del servicio		
	La empresa cuenta con tarifarios para los diferentes segmentos que atiende		
	La empresa exhibe en un lugar visible las tarifas de los servicios		
	La empresa exhibe en un lugar visible las formas de pago aceptadas en el establecimiento		



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FICHA DE OBSERVACIÓN
GESTIÓN DEL SERVICIO
ALOJAMIENTO

SUB DIMENSIÓN	ITEM	CUMPLE	
		SI	NO
Reservas	Se cuenta con un sistema que permita controlar las reservas		
	Las reservas se responden en los plazos establecidos		
	Las reservas se documentan indicando datos del huésped, características y cantidad de habitaciones, datos de contacto, etc.		
	Se informa sobre las políticas del establecimiento y las condiciones de la reserva		
	Se reconfirma la información de la reserva con el cliente		
	Se despide con amabilidad agradeciendo la reserva		
	Se informa a recepción sobre las reservas atendidas		

Atención del teléfono	Se contesta antes de la tercera timbrada		
	Se saluda indicando el nombre del establecimiento y el de la persona que responde		
	Se emplea un tono de voz claro y amable		
	Se cuenta con una libreta para registrar los recados		
	Se pide el nombre a quien llama para poder personalizar el servicio		

	Se despide con amabilidad agradeciendo la llamada		
	Se lleva un control exhaustivo de las llamadas telefónicas		
Ingreso del huésped	La empresa dispone de un método para gestionar el ingreso de los huéspedes		
	El personal está uniformado e identificado		
	El personal presenta un cuidado esmerado de su persona		
	El personal de portería ayuda al huésped a bajar de vehículo, saluda y ofrece ayuda con el equipaje		
	El personal de portería acompaña al huésped hasta la recepción para el registro		
	El personal de recepción saluda con amabilidad al huésped y consulta si tiene reserva		
	El personal de recepción informa sobre las condiciones de la reserva o de la habitación		
	El personal de recepción orienta al cliente en el llenado del registro		
	El personal de recepción solicita el documento de identidad al huésped y le saca una copia		

	El personal de recepción aplica las políticas de cobro del establecimiento		
	El personal de recepción asigna la habitación de acuerdo a las necesidades del cliente		
	El personal de recepción informa sobre los servicios del establecimiento		
	El personal de recepción entrega las llaves y control remoto al botones		
	El personal de recepción apertura la cuenta del huésped e informa a las demás áreas sobre el ingreso		
	El botones ayuda con el equipaje y conduce al huésped a la habitación		
	El botones toca la puerta antes de abrir la habitación		

	El botones ingresa a la habitación e invita a pasar al huésped		
	El botones coloca el equipaje en el lugar establecido		
	El botones verifica e indica el funcionamiento de los equipos y verifica la dotación de suministros de la habitación		
	El botones se despide del huésped deseándole una feliz estadía		
Estadía	El personal atiende las necesidades y pedidos del huésped de modo diligente		
	No se brinda información del huésped a terceras personas		
	El personal de recepción registra todos los consumos del huésped		
	El personal de recepción elabora el reporte de ingresos		

	El personal de recepción emplea el cuaderno de ocurrencias		
	El personal de recepción brinda información sobre sitios de interés y actividades sociales y culturales		
	El personal de recepción atiende y da solución a las quejas de los clientes		
Salida del huésped	La empresa dispone de un método para gestionar la salida de los huéspedes		
	El personal de recepción comunica la botones la salida del huésped para que lo ayude con el equipaje		
	El botones verifica el estado de la habitación y el posible olvido de pertenencias del huésped		
	El botones lleva el equipaje a la recepción		
	El recepcionista verifica los consumos y entrega al cliente la cuenta para que de su visto bueno		
	El recepcionista elabora el comprobante de pago según las indicaciones del cliente		
	El recepcionista entrega el comprobante y realiza el cobro según corresponda		

	En caso de pago con tarjeta de crédito se verifica que se haya firmado la copia del cargo		
	En caso de cobros diferidos se verifica que se firme la aceptación de la factura		
	El recepcionista agradece la estadía y desea un buen viaje al huésped		
	El botones conduce al huésped hasta su movilidad, despidiéndolo, agradeciendo su estadía y deseándole buen viaje		
	El recepcionista cierra la cuenta del cliente y archiva el comprobante de pago		
	El recepcionista comunica al personal de limpieza la salida del huésped		

Limpieza de habitaciones	El personal de limpieza tiene asignado un número adecuado de habitaciones para limpiar		
	El personal de limpieza coordina con recepción la limpieza de habitaciones		
	El personal de limpieza establece prioridades en la limpieza de habitaciones		
	El personal de limpieza tiene una rutina preestablecida y una técnica adecuada para la limpieza de las habitaciones según tipo y ocupabilidad		
	El personal de limpieza toca la puerta antes de ingresar		
	El personal de limpieza ventila la habitación antes de limpiar		
	El personal de limpieza verifica el funcionamiento de los equipos y los desconecta		
	El personal de limpieza retira la ropa sucia y la basura de la habitación		
	El personal de limpieza limpia el baño empleando guantes y productos de limpieza adecuados		
	El personal de limpieza dota de suministros y toallas al baño		
	El personal de limpieza limpia la habitación de forma minuciosa		
	El personal de limpieza tiende las camas según los estándares del establecimiento		
	El personal de limpieza mantiene en su lugar las pertenencias del		

	huésped		
	El personal de limpieza registra e informa a recepción sobre los objetos olvidados por los huéspedes		
	El personal de limpieza verifica el orden y limpieza de la habitación antes de salir		
	El personal de limpieza informa a recepción sobre la limpieza de la habitación		

	El personal de limpieza saluda de modo cordial a los huéspedes que encuentra a su paso		
	El personal de limpieza reporta las averías y desperfectos a recepción		
Limpieza de áreas comunes	La limpieza de áreas comunes se lleva a cabo en horarios que no interrumpen a los clientes		
	Se emplean equipos de señalización para evitar accidentes		
	En caso de encontrar objetos personales de los clientes, se entrega a recepción indicando hora y lugar		
	Se verifica el funcionamiento de equipos e iluminación		
	Se reportan las averías y desperfectos a fin de ser solucionados con prontitud		
	Se evita poner elementos de limpieza interfiriendo los lugares de paso		
	Antes de ingresar en zonas como los servicios higiénicos se asegura que no hay clientes o que estos son conscientes de la entrada del personal		
Preparación de alimentos y bebidas	El personal de producción de alimentos lleva a cabo su tarea respetando las normas de higiene		
	El personal de producción de alimentos se guía de recetas estándar para la preparación de los platos		
	El personal de producción elabora los platos en el tiempo establecido		
	El personal de producción cuida de la presentación de los platos terminados		
	El personal de atención del restaurante saluda con amabilidad a los huéspedes		
	El personal recomienda una ubicación a los clientes		
	El personal ayuda con las sillas a los clientes		

Servicio de alimentos y bebidas	El personal ofrece la carta abierta a los clientes		
	El personal de atención toma los pedidos de los huéspedes, anotando las especificaciones		
	El personal posee conocimientos de la oferta gastronómica		
	Se sirven los platos de la mesa todos a la vez		
	Se sirve primero a las damas, luego a los caballeros adultos y finalmente al anfitrión		
	Se evita tocar los alimentos con las manos		
	Durante todo el servicio se mantendrá una constante atención a las necesidades de los clientes		
	En caso de clientes externos se presentará la factura cuando sea requerida por el cliente		
	En caso de huéspedes se hará firmar la comanda para ser cargada a la cuenta corriente		
	Las mesas se limpiarán inmediatamente terminado el servicio		
El personal agradece la presencia de los huéspedes con amabilidad			
Mantenimiento	Se cuenta con un plan de mantenimiento preventivo de las instalaciones y equipamiento		
	Se cuenta con un registro de las intervenciones de mantenimiento correctivo		



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FICHA DE OBSERVACIÓN
INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO
ALOJAMIENTO

SUB DIMENSIÓN	ITEM	CUMPLE	
		SI	NO
Exterior	El establecimiento se ubica en un lugar accesible		
	Existe limpieza en el entorno		
	El establecimiento se ubica en una zona segura		
	Cuenta con un panel visible y atractivo en la fachada		
	Presenta el icono de clasificación y/o categorización		
	Cuenta con buena iluminación		
	Presenta acceso especial para discapacitados		
	Cuenta con estacionamiento privado o existe uno cercano		
	Cuenta con espacios verdes al rededor, los cuales están bien cuidados		
	Cuenta con vigilancia externa		

Cuenta con un acceso independiente para proveedores y para el personal		
--	--	--

Recepción	Se ubica en un lugar de fácil acceso		
	Exhibe las licencias correspondientes		
	Cuenta con un palomar adecuado y bien ubicado		
	Cuenta con una distribución y mobiliario adecuados		
	Cuenta con un botiquín		
	Posee una decoración cálida y armoniosa		
	Cuenta un lugar seguro destinado para almacén de equipaje		
	Cuenta con equipos como teléfono y computadora para facilitar el trabajo del personal		
	Cuenta con un tarifario visible, así como con un recuadro donde se indica la hora de check in y check out		
	Las llaves cuentan con llaveros enumerados y en buen estado		
	Cuenta con un rack para material publicitario e informativo		
	Cuenta con extintores		
	Cuenta con señalización de seguridad y luces de emergencia		
	Cuenta con iluminación adecuada		
Cuenta con una ventilación adecuada			

	Presenta un olor agradable		
	Las condiciones de limpieza son óptimas		
	Cuenta con un buzón de sugerencias		

	Cuenta con el libro de reclamaciones		
Áreas comunes	Los pasadizos cuentan con señalización de seguridad y extintores		
	Los pasadizos cuentan con luces de emergencia		
	Los pasadizos cuentan con una decoración armoniosa con el estilo del establecimiento		
	Los pasadizos y escaleras se encuentran permanentemente limpios		
	Los pasadizos y escaleras cuentan con buena iluminación		
	Se cuenta con una sala de estar con lo necesario (muebles, revistas, TV) y en buenas condiciones de limpieza		
	Se cuenta con servicios higiénicos diferenciados por sexo		
	Los servicios higiénicos cuentan con los suministros necesarios permanentemente		
	Los servicios higiénicos están permanentemente limpios		
	Se cuenta con un registro para controlar la limpieza de los servicios higiénicos		
Oficinas	Se cuenta con una oficina administrativa		
	La oficina cuenta con los equipos e implementos necesarios		
	Las habitaciones cuentan con numeración en el exterior		

Habitaciones	La cerradura de la puerta brinda seguridad		
	La decoración es agradable y armoniosa con el estilo del establecimiento		
	La limpieza es óptima		
	Cuenta con el reglamento del establecimiento		
	Cuenta con un plano de ubicación de la habitación y las salidas de emergencia		
	Cuenta con mobiliario y equipamiento básico para el confort del cliente		

	Cuenta con mobiliario y equipamiento complementario		
	La distribución del mobiliario es la adecuada		
	Se mantiene un patrón común en los blancos		
	Cuenta con baño propio con los implementos necesarios		
	Las instalaciones sanitarias del baño se encuentran en buen estado y en funcionamiento		
	El baño cuenta con amenities con una buena presentación		
	El olor de la habitación es agradable		
	La habitación cuenta con aislamiento acústico		
	Se cuenta con un sistema de agua caliente las 24 horas del día, que no es activado por el huésped		
	Se cuenta con sistemas de ventilación		
	Se cuenta con material informativo y de escritorio		
	Se cuenta con almacenes de pisos en cada uno de los pisos del establecimiento		
	Cuenta con estantes en buen estado		
	Se cuentan con kardex para el control de los inventarios		

Almacén de pisos	Cuenta con equipos, utensilios, materiales de limpieza y ropa de cama		
	Se encuentra ordenado y limpio		
Comedor	El comedor se encuentra ubicado en un lugar de fácil acceso		
	El comedor presenta condiciones adecuadas de limpieza		
	La decoración es agradable y armoniosa con el estilo del establecimiento		
	Se cuenta con sistema de ventilación		
	El olor es agradable		
	El mobiliario está en buen estado de conservación y limpio		

	El mobiliario se ha distribuido de forma adecuada facilitando la circulación		
	Se cuenta con equipos de música y televisión		
	Las cartas están en buen estado y con los precios actualizados		
	Cuenta con señalización de emergencia, extintores y luces de emergencia		
	Se cuentan con estaciones de servicio debidamente organizadas		
	Se dispone de utensilios, vajilla, cristalería y mantelería en cantidades suficientes para atender las necesidades de máxima ocupación		
	Se emplean utensilios, vajilla, cristalería y mantelería acordes a las características del establecimiento y están en perfecto estado de conservación		
	La cocina cuenta con suministro de agua permanente		

Cocina	La iluminación es adecuada		
	Se cuenta con un sistema de ventilación adecuado		
	El piso es de un material antideslizante y de fácil limpieza		
	Las paredes están revestidas con material liso y de fácil limpieza		
	Se cuenta con una campana extractora en buenas condiciones		
	Los equipos están en buen estado y limpios		
	Los utensilios de cocina están en buenas condiciones		
	Presenta condiciones de limpieza adecuadas		
	Se disponen de contenedores de desperdicios ubicados de forma adecuada y limpios		
	La empresa cuenta con un área segura destinada para que el personal deje sus pertenencias		
Área de personal	La empresa cuenta con servicios higiénicos en buenas condiciones para el uso del personal		
	La empresa cuenta con un área destinada para que el personal tome sus alimentos		

ANEXO 04: VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

ESCALA DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS																				
TÍTULO: "EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL HOTEL EL MURIQUE DE ZORRITOS, CONTRALMIRANTE VILLAR DE LA CIUDAD DE TUMBES, UTILIZANDO ESTÁNDARES DERIVADOS DE LAS BUENAS PRÁCTICAS, EN EL AÑO 2018"																				
AUTOR: CORNEJO GAMBOA YAHAIRA DEL PILAR																				
O r d e n	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN																		
		¿Es pertinente con el concepto?				¿Necesita mejorar la redacción?				¿Es tendencioso asquiescente?				¿Se necesita más ítems para medir el concepto?						
		Ex per to 1	Ex per to 2	Ex per to 3	TOTAL	Ex per to 1	Ex per to 2	Ex per to 3	TOTAL	Exp erto 1	Exp erto 2	Exp erto 3	TOTAL	Expe rto 1	Expe rto 2	Expe rto 3	TOTAL			
		S I	N O	S I	N O	S I	N O	S I	N O	S I	N O	S I	N O	S I	N O	S I	N O	S I	N O	
01	Gestion Mediambiental																			
1	La empresa cuenta con programas para el uso eficiente del agua	1		1		1				1		1		1				1	1	1
3	La empresa lleva un control del consumo de agua	1		1		1				1		1		1				1	1	1
5	La empresa lleva a cabo revisiones periódicas de las instalaciones de agua	1		1		1				1		1		1				1	1	1
7	La empresa cuenta con equipos que contribuyan al ahorro de agua	1		1		1				1		1		1				1	1	1
8	La empresa sensibiliza y capacita al personal sobre el uso adecuado del agua																			0
9	La empresa comunica a sus clientes las medidas que permiten ahorrar agua	1		1		1				1		1		1				1	1	1

10	La empresa cuenta con programas para el uso eficiente de la energía eléctrica	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
11	La empresa adopta medidas para el máximo aprovechamiento de la luz natural	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
12	La empresa promueve el apagado de luces y equipos cuando no están en uso	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
13	La empresa lleva un control de consumo de energía	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
14	La empresa utiliza focos ahorradores	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
15	La empresa cuenta con buena ventilación y aislamiento térmico para recurrir lo menos posible a la climatización	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
16	Se da el mantenimiento adecuado a equipos eléctricos	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
17	Se usan interruptores independientes para iluminar las zonas de un mismo lugar																	0

18	La empresa emplea productos de limpieza de bajo impacto al medio ambiente	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
19	La empresa emplea dosificadores para el uso óptimo de los productos	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
20	La empresa contrata a proveedores que brindar	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2

	productos respetuosos con el medioambiente																	
21	La empresa prefiere la compra de productos en envases retornables	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
22	La empresa imprime el papel por las dos caras e imprime documentos internos en papel reciclado	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
23	La empresa usa en lo posible el correo electrónico para reducir el uso de tinta y papel	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
24	La empresa no consume especies protegidas o sus derivados ni especies hidrobiológicas fuera de su talla mínima	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2

25	La empresa cuenta con un programa para la gestión de residuos	1		1		1			1		1		1		1		1	1	2
26	La empresa sensibiliza y capacita al personal sobre la forma correcta de eliminar residuos																		0
27	La empresa mantiene los contenedores de basura en condiciones higiénicas	1		1		1			1		1		1		1		1	1	2
28	La empresa cuenta con un diseño e infraestructura armonioso con el paisaje	1		1		1			1		1		1		1		1	1	2

29	La empresa difunde las actividades y manifestaciones culturales de la comunidad	1		1		1			1		1		1		1		1	1	2
02	Gestion Sociocultural																		
30	La empresa no participa en la adquisición de bienes del patrimonio de procedencia ilegal	1		1		1			1		1		1		1		1	1	2
31	La empresa participa en iniciativas de apoyo a la cultura local	1		1		1			1		1		1		1		1	1	2

3 2	La empresa informa a los visitantes sobre la cultura local	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1 2
3 3	La empresa anima a sus clientes a consumir productos locales	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1 2
3 4	La empresa dona productos usados o nuevos a la comunidad local	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1 2
3 5	La empresa provee empleo digno a los miembros de la comunidad	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1 2
3 6	La empresa adquiere productos de proveedores locales	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1 2
3 7	La empresa difunde políticas en contra de la explotación sexual	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1 2
3 8	La empresa forma parte de los gremios del sector turismo	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1 2

3 9	La empresa participa en los procesos de planificación turística	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1 2
4 0	La empresa informa a los turistas sobre aspectos relacionados al turismo	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1 2

4 1	La empresa desarrolla programas de capacitación para la comunidad local	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
O E 0 3	Gestion Administrativa																	
4 2	La empresa cuenta con un plan estratégico en el que define su visión, misión, valores y objetivos	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
4 3	La empresa cuenta con planes operativos para sus distintas áreas	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
4 4	La empresa cuenta con políticas establecidas (servicios, ambientales, sociales, seguridad)	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
4 5	La empresa cuenta con un plan de negocios	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
4 6	La empresa cuenta con un manual de organización y funciones	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
4 7	La empresa ha documentado sus procesos, estándares y requisitos del	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
	servicio y cuenta con un manual de procesos y procedimientos																	

48	La empresa cuenta con un sistema de comunicación formal	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
49	La empresa cuenta con un sistema de control de calidad del servicio	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
50	La empresa ha definido qué aspectos deben ser monitoreados para asegurar la calidad de los servicios	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
51	La empresa realiza auditorías internas periódicas	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
52	La empresa mantiene un programa de acciones correctivas para eliminar las causas de las desviaciones	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
53	La empresa hace un seguimiento y medición de la satisfacción del cliente	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
54	La empresa mantiene un sistema de tratamiento de quejas y reclamos y sugerencias	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
55	La empresa ha definido los perfiles de los puestos de trabajo (aptitudes, habilidades,	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2

	formación y experiencia)																
56	La empresa ha definido el proceso de selección de personal	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
57	La empresa cuenta con un archivo con los datos del personal	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
58	La empresa cuenta con un programa de inducción para el personal	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
59	La empresa evalúa periódicamente el rendimiento del personal (calidad y cantidad del trabajo, relaciones laborales)	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
60	La empresa cuenta con un programa de capacitación para el personal	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
61	La empresa emplea estrategias para mantener motivado al personal	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
62	La empresa lleva a cabo reuniones frecuentes a fin de tratar temas relacionados con el trabajo	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
63	La empresa garantiza la igualdad de oportunidades a los empleados	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

101	Se informa sobre las políticas del establecimiento y las condiciones de la reserva	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
102	Se reconfirma la información de la reserva con el cliente	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
103	Se despide con amabilidad agradeciendo la reserva	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
104	Se informa a recepción sobre las reservas atendidas	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
105	Se contesta antes de la tercera timbrada	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
106	Se saluda indicando el nombre del establecimiento y el de la persona que responde	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
107	Se emplea un tono de voz claro y amable	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
108	Se cuenta con una libreta para registrar los recados	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
109	Se pide el nombre a quien llama para poder personalizar el servicio	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
110	Se despide con amabilidad agradeciendo la llamada	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
111	Se lleva un control exhaustivo de las llamadas telefónicas	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
1	La empresa	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	1

1 2	dispone de un método para gestionar el ingreso de los huéspedes																		2
1 1 3	El personal está uniformado e identificado	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1			1 2
1 1 4	El personal presenta un cuidado esmerado de su persona	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1			1 2
1 1 5	El personal de portería ayuda al huésped a bajar de vehículo, saluda y ofrece ayuda con el equipaje	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1			1 2
1 1 6	El personal de portería acompaña al huésped hasta la recepción para el registro	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1			1 2
1 1 7	El personal de recepción saluda con amabilidad al huésped y consulta si tiene reserva	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1			1 2
1 1 8	El personal de recepción informa sobre las condiciones de la reserva o de la habitación	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1			1 2
1 1 9	El personal de recepción orienta al cliente en el llenado del registro	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1			1 2
1 2 0	El personal de recepción solicita el documento de identidad al huésped y le saca una copia	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1			1 2

1 2 1	El personal de recepción aplica las políticas de cobro del establecimiento	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1	1 2
1 2 2	El personal de recepción asigna la habitación de acuerdo a las necesidades del cliente	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1	1 2
1 2 3	El personal de recepción informa sobre los servicios del establecimiento	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1	1 2
1 2 4	El personal de recepción entrega las llaves y control remoto al botones	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1	1 2
1 2 5	El personal de recepción apertura la cuenta del huésped e informa a las demás áreas sobre el ingreso	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1	1 2
1 2 6	El botones ayuda con el equipaje y conduce al huésped a la habitación	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1	1 2
1 2 7	El botones toca la puerta antes de abrir la habitación	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1	1 2
1 2 8	El botones ingresa a la habitación e invita a pasar al huésped	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1	1 2
1 2 9	El botones coloca el equipaje en el lugar establecido	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1	1 2

153	El personal de limpieza coordina con recepción la limpieza de habitaciones	1		1		1				1		1		1		1		1		1	1	2	
154	El personal de limpieza establece prioridades en la limpieza de habitaciones	1		1		1				1		1		1		1		1		1		1	2
155	El personal de limpieza tiene una rutina preestablecida y una técnica adecuada para la limpieza de las habitaciones según tipo y ocupabilidad	1		1		1				1		1		1		1		1		1		1	2
156	El personal de limpieza toca la puerta antes de ingresar	1		1		1				1		1		1		1		1		1		1	2
157	El personal de limpieza ventila la habitación antes de limpiar	1		1		1				1		1		1		1		1		1		1	2
158	El personal de limpieza verifica el funcionamiento de los equipos y los desconecta	1		1		1				1		1		1		1		1		1		1	2
159	El personal de limpieza retira la ropa sucia y	1		1		1				1		1		1		1		1		1		1	2

	la basura de la habitación																						
160	El personal de limpieza limpia el baño empleando guantes y productos de limpieza adecuados	1		1		1				1		1		1		1		1		1		1	2
161	El personal de limpieza dota de suministros y toallas al baño	1		1		1				1		1		1		1		1		1		1	2

	preparación de los platos																
178	El personal de producción elabora los platos en el tiempo establecido	1		1		1		1		1		1		1		1	12
179	El personal de producción cuida de la presentación de los platos terminados	1		1		1		1		1		1		1		1	12
180	El personal de atención del restaurante saluda con amabilidad a los huéspedes	1		1		1		1		1		1		1		1	12
181	El personal recomienda una ubicación a los clientes	1		1		1		1		1		1		1		1	12
182	El personal ayuda con las sillas a los clientes	1		1		1		1		1		1		1		1	12
183	El personal ofrece la carta abierta a los clientes	1		1		1		1		1		1		1		1	12
184	El personal de atención toma los pedidos de los huéspedes, anotando las especificaciones	1		1		1		1		1		1		1		1	12
185	El personal posee conocimientos de la oferta gastronómica	1		1		1		1		1		1		1		1	12
186	Se sirven los platos de la mesa todos a la vez	1		1		1		1		1		1		1		1	12
187	Se sirve primero a las damas, luego a los caballeros adultos y finalmente al anfitrión	1		1		1		1		1		1		1		1	12

188	Se evita tocar los alimentos con las manos	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	12
189	Durante todo el servicio se mantendrá una constante atención a las necesidades de los clientes	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	12
190	En caso de clientes externos se presentará la factura cuando sea requerida por el cliente	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	12
191	En caso de huéspedes se hará firmar la comanda para ser cargada a la cuenta corriente	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	12
192	Las mesas se limpiarán inmediatamente terminado el servicio	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	12
193	El personal agradece la presencia de los huéspedes con amabilidad	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	12
194	Se cuenta con un plan de mantenimiento preventivo de las instalaciones y equipamiento	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	12
195	Se cuenta con un registro de las intervenciones de mantenimiento correctivo	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	12
OE05	Gestion de Equipamiento e Infraestructura																				

196	El establecimiento se ubica en un lugar accesible	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
197	Existe limpieza en el entorno	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
199	El establecimiento	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2

8	se ubica en una zona segura																	
1999	Cuenta con un panel visible y atractivo en la fachada	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
2000	Presenta el icono de clasificación y/o categorización	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
2001	Cuenta con buena iluminación	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
2002	Presenta acceso especial para discapacitados	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
2003	Cuenta con estacionamiento privado o existe uno cercano	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
2004	Cuenta con espacios verdes al rededor, los cuales están bien cuidados	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
2005	Cuenta con vigilancia externa	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
2006	Cuenta con un acceso independiente para proveedores y para el personal	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
2007	Se ubica en un lugar de fácil acceso	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
2008	Exhibe las licencias correspondientes	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2

209	Cuenta con un palomar adecuado y bien ubicado	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
210	Cuenta con una distribución y mobiliario adecuados	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
211	Cuenta con un botiquín	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
212	Posee una decoración cálida y armoniosa	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2

213	Cuenta un lugar seguro destinado para almacén de equipaje	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
214	Cuenta con equipos como teléfono y computadora para facilitar el trabajo del personal	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
215	Cuenta con un tarifario visible, así como con un recuadro donde se indica la hora de check in y check out	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
216	Las llaves cuentan con llaveros enumerados y en buen estado	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
217	Cuenta con un rack para material publicitario e informativo	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
218	Cuenta con extintores	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2

2 1 9	Cuenta con señalización de seguridad y luces de emergencia	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
2 2 0	Cuenta con iluminación adecuada	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
2 2 1	Cuenta con una ventilación adecuada	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
2 2 2	Presenta un olor agradable	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
2 2 3	Las condiciones de limpieza son óptimas	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
2 2 4	Cuenta con un buzón de sugerencias	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
2 2 5	Cuenta con el libro de reclamaciones	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
2 2 2	Los pasadizos cuentan con	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2

6	señalización de seguridad y extintores																	
2 2 7	Los pasadizos cuentan con luces de emergencia	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
2 2 8	Los pasadizos cuentan con una decoración armoniosa con el estilo del establecimiento	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
2 2 9	Los pasadizos y escaleras se encuentran permanentemente limpios	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
2 3 0	Los pasadizos y escaleras cuentan con buena iluminación	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2

2 4 1	La limpieza es óptima	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1	1 2
2 4 2	Cuenta con el reglamento del establecimiento	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1	1 2
2 4 3	Cuenta con un plano de ubicación de la habitación y las salidas de emergencia	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1	1 2
2 4 4	Cuenta con mobiliario y equipamiento básico para el confort del cliente	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1	1 2
2 4 5	Cuenta con mobiliario y equipamiento complementario	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1	1 2
2 4 6	La distribución del mobiliario es la adecuada	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1	1 2
2 4 7	Se mantiene un patrón común en los blancos	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1	1 2
2 4 8	Cuenta con baño propio con los implementos necesarios	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1	1 2
2 4 9	Las instalaciones sanitarias del baño se encuentran en buen estado y	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1	1 2

	en funcionamiento																				
2 5 0	El baño cuenta con amenities con una buena presentación	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1	1 2
2 5 1	El olor de la habitación es agradable	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1	1 2
2 5 2	La habitación cuenta con aislamiento acústico	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1	1 2

263	La decoración es agradable y armoniosa con el estilo del establecimiento	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
264	Se cuenta con sistema de ventilación	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
265	El olor es agradable	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
266	El mobiliario está en buen estado de conservación y limpio	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
267	El mobiliario se ha distribuido de forma adecuada facilitando la circulación	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
268	Se cuenta con equipos de música y televisión	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
269	Las cartas están en buen estado y con los precios actualizados	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
270	Cuenta con señalización de emergencia, extintores y luces de emergencia	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
271	Se cuentan con estaciones de servicio debidamente organizadas	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
272	Se dispone de utensilios, vajilla, cristalería y mantelería en cantidades suficientes para atender las necesidades de máxima ocupación	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2

27	Se emplean utensilios,	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
3	vajilla, cristalería y mantelería acordes a las características del establecimiento y están en perfecto estado de conservación																	
274	La cocina cuenta con suministro de agua permanente	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
275	La iluminación es adecuada	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
276	Se cuenta con un sistema de ventilación adecuado	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
277	El piso es de un material antideslizante y de fácil limpieza	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
278	Las paredes están revestidas con material liso y de fácil limpieza	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
279	Se cuenta con una campana extractora en buenas condiciones	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
280	Los equipos están en buen estado y limpios	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
281	Los utensilios de cocina están en buenas condiciones	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
282	Presenta condiciones de limpieza adecuadas	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2

283	Se disponen de contenedores de desperdicios ubicados de forma adecuada y limpios	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
284	La empresa cuenta con un área segura destinada para que el personal deje sus pertenencias	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
285	La empresa cuenta con servicios higiénicos en buenas condiciones para el uso del personal	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
286	La empresa cuenta con un área destinada para que el personal tome sus alimentos	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	2
TOTAL		40	40	40		40	40	40		40	40	40		40	40	40	40	480
Escala evaluativa																		
	Escala evaluativa EXCELENTE	3																
	Escala evaluativa BUENO	2																
	Escala evaluativa DEFICIENTE	1																
	Nivel	Escala evaluativa																
	¿Es pertinente con el concepto?	3	Excelente															
	¿Necesita mejorar la redacción?	3	Excelente															

¿Es tendencioso asquiescente?	3	Excelente	480/144 = 3	
¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	3	Excelente	480/144 = 3	