



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD CIENCIAS CONTABLES  
ADMINISTRATIVAS Y FINANCIERA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL  
CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS,  
RUBRO HOTELES ECOLÓGICOS, CIUDAD DE  
PUCALLPA, AÑO 2017.**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA  
EN ADMINISTRACION.

AUTOR:

MELANIE RUBI DEL AGUILA RIVAS

ASESOR:

MBA. CRYSBER MOISÉS VALDIVIEZO SARAVIA

PUCALLPA – PERU

2017

## FIRMA DE JURADO Y ASESOR

---

**Mgtr. Sergio Oswaldo Ortiz García**

**Secretario**

---

**Mgtr. José Luis Meza Salinas**

**Miembro**

---

**Dr. Geider Grandes García**

**Presidente**

---

**Mba. Crysber Moisés Valdiviezo Saravia**

**Asesor**

## AGRADECIMIENTO

A Dios, por haberme dado la fuerza suficiente y derramar sus bendiciones sobre mí, para continuar con mis estudios y cumplir con mi objetivo.

A mi familia, en especial a mi madre Bethy Rubí Rivas del Águila por el constante apoyo en la vida y en el transcurso de mi desarrollo profesional. Por sus consejos y enseñanzas que me llevaron a convertirme en el ser humano sólido que hoy en día culmina una nueva etapa de su vida.

A mi asesor Mba. Crysber valdiviezo a quien le debo gran parte de los conocimientos aprendidos, gracias a su paciencia y enseñanza y guía en el desarrollo de mi Tesis.

A esta prestigiosa universidad la cual abre sus puertas a jóvenes, preparándolos para un futuro competitivo y formándolos con altos valores.

## DEDICATORIA

A DIOS Por darnos un día más de vida y las fuerzas para poder concretar nuestros objetivos a corto plazo y poder trazarnos objetivos a mediano y largo plazo.

A mis padres Juan del Águila Arévalo y Bethy Rivas del Águila quienes creyeron en mí, por sus ejemplos dignos de superación y entrega; Porque siempre estuvieron impulsándome a seguir adelante en los momentos más difíciles de mi carrera.

A mi hermana Nicole, por el apoyo incondicional durante la realización de mi carrera profesional, su apoyo y sus consejos que han hecho que culmine con éxito mi carrera profesional de Administración.

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo demostrar que la correcta aplicación la gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro hoteles ecológicos, ciudad de Pucallpa, año 2017. Dara como resultado una buena atención y plena satisfacción de los clientes. La metodología utilizada es de carácter descriptivo porque se limitó a describir las variables en estudio tal como se observaron en la realidad en el momento en que se recogió la información; no experimental, porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se mostraron dentro de su contexto. El nivel de investigación fue cuantitativo. Los resultados de obtuvieron por medio de una encuesta, instrumento compuesto por 20 preguntas con respuestas cerradas. La población del sector hotelero está compuesta por 6 hoteles ecológicos, habiendo encogido las 6 para aplicar la respectiva encuesta. Las conclusiones más significativas obtenidas de este estudio son que las empresas de hoteles ecológicos no capacitan a su personal cada año, el 67% de los encuestados conoce poco acerca de la gestión de calidad, sin embargo el 67% obtuvo clientes satisfechos como resultado, el 100% de las Mypes utiliza la tecnología de las redes sociales para ofrecer sus servicios por su rapidez y sencillez, la gestión de calidad en el sector hoteles ecológicos es la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes.

Palabra clave: gestión de calidad, atención al cliente, Mypes.

## ABSTRACT

The present research work aims to demonstrate that the correct application of the management under the focus of customer service in micro and small businesses, ecological hotels, city of Pucallpa, 2017. It will result in good care and full satisfaction of the clients. The methodology used is of a descriptive nature because it was limited to describing the variables under study as they were observed in reality at the moment in which the information was collected; not experimental, because it was done without deliberately manipulating the variables, observing them as they were within their context. The level of research was quantitative. The results obtained by means of a survey, an instrument composed of 20 questions with closed answers. The population of the hotel sector is composed of 6 ecological hotels, having shrunk the 6 to apply the respective survey.

The most significant conclusions obtained from this study are that ecological hotel companies do not train their staff every year, 67% of respondents know little about quality management, however 67% obtained satisfied customers as a result, the 100% of Mypes use the technology of social networks to offer their services for its speed and simplicity, quality management in the green hotel sector is the satisfaction of the needs and expectations of customers.

Keyword: quality management, customer service, Mypes.

## CONTENIDO

<b>FIRMA DE JURADO Y ASESOR</b>	<b>II</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b>	<b>III</b>
<b>DEDICATORIA</b>	<b>IV</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>V</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>VI</b>
<b>CONTENIDO</b>	<b>VII</b>
<b>INDICE DE TABLAS</b>	<b>VIII</b>
<b>I. INTRODUCCION</b>	<b>12</b>
<b>II. REVISION DE LA LITERATURA</b>	<b>15</b>
<b>III. HIPOTESIS</b>	<b>29</b>
<b>IV. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION</b>	<b>30</b>
4.1. Diseño de la investigación	30
4.2. Población y muestra	30
4.3. Definición y operacionalización de variables	31
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	32
4.5. Plan de análisis de datos	32
4.6. Matriz de Consistencia.	33
4.7. Principios éticos.	34
<b>V. RESULTADOS</b>	<b>35</b>
5.1. Resultados	35
5.2. Análisis de resultados	55
<b>VI. CONCLUSIONES</b>	<b>63</b>
6.1. Recomendaciones	63
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS</b>	<b>64</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>69</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Edad del representante.....	36
Tabla 2: Género de los representantes.....	37
Tabla 3: Estado civil del representante.....	38
Tabla 4: Grado de instrucción del representante.....	39
Tabla 5: Profesión del representante.....	40
Tabla 6: ¿Cuál es el cargo que desempeña en la empresa?.....	41
Tabla 7: ¿Cuántos años de permanencia tiene en la actividad y en el rubro?.....	42
Tabla 8: ¿Con cuántos colaboradores permanentes cuenta la empresa?.....	43
Tabla 9: ¿Conoce técnicas de gestión empresarial?.....	44
Tabla 10: ¿Cuáles?.....	45
Tabla 11: ¿Cómo se presenta ante sus colaboradores?.....	46
Tabla 12: ¿Usa las TIC en gestión de empresarial para mejorar la calidad de su servicio?.....	47
Tabla 13: ¿Percibe que aplicar una gestión de calidad en su negocio le proporciona resultados que le ayuda a lograr sus objetivos?.....	48
Tabla 14: ¿Qué objetivos ha logrado aplicando la gestión de calidad?-.....	49
Tabla 15: ¿Cuántas veces al año el negocio capacito al personal para mejorar la calidad en la atención al cliente?.....	50

Tabla 16: ¿Evalúa usted el nivel de satisfacción de los huéspedes en la atención que brinda su personal?.....	51
Tabla 17: ¿Su empresa actualiza las estrategias de servicio según los gustos y preferencias del cliente?.....	52
Tabla 18: ¿Ha implementado en su empresa ofrecer los servicios que brinda con ayuda de las redes sociales?.....	53
Tabla 19: ¿Su negocio es formal?.....	54
Tabla 20: ¿Considera que la formalización contribuye a su negocio haciéndose notar su presencia a través de sus servicios?.....	55

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Edad del representante.....	36
Gráfico 2: Género de los representantes.....	37
Gráfico3: Estado civil del representante.....	38
Gráfico 4: Grado de instrucción del representante.....	39
Gráfico 5: Profesión del representante.....	40
Gráfico 6: ¿Cuál es el cargo que desempeña en la empresa?.....	41
Gráfico 7: ¿Cuántos años de permanencia tiene en la actividad y en el rubro?.....	42
Gráfico 8: ¿Con cuántos colaboradores permanentes cuenta la empresa?.....	43
Gráfico 9: ¿Conoce técnicas de gestión empresarial?.....	44
Gráfico 10: ¿Cuáles?.....	45
Gráfico 11: ¿Cómo se presenta ante sus colaboradores?.....	46
Gráfico 12: ¿Usa las TIC en gestión de empresarial para mejorar la calidad de su servicio?.....	47
Gráfico 13: ¿Percibe que aplicar una gestión de calidad en su negocio le proporciona resultados que le ayuda a lograr sus objetivos?.....	48
Gráfico 14: ¿Qué objetivos ha logrado aplicando la gestión de calidad?.....	49
Gráfico 15: ¿Cuántas veces al año el negocio capacito al personal para mejorar la calidad en la atención al cliente?.....	50

Gráfico 16: ¿Evalúa usted el nivel de satisfacción de los huéspedes en la atención que brinda su personal?.....	51
Gráfico 17: ¿Su empresa actualiza las estrategias de servicio según los gustos y preferencias del cliente?.....	52
Gráfico 18: ¿Ha implementado en su empresa ofrecer los servicios que brinda con ayuda de las redes sociales?.....	53
Gráfico 19: ¿Su negocio es formal?.....	54
Gráfico 20: ¿Considera que la formalización contribuye a su negocio haciéndose notar su presencia a través de sus servicios?.....	55

# I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación: Gestión Bajo el Enfoque de Atención al Cliente en las Micro y pequeñas empresas, rubro hoteles ecológicos, ciudad de Pucallpa, año 2017 tiene como objetivo conocer los beneficios de prestar una buena atención al cliente en las Mypes sector hoteles ecológicos.

Desarrolle el planteamiento del problema, su caracterización y enunciado de acuerdo a la realidad de las Mypes, para tener una base en la investigación del trabajo realizado, detallé la justificación e hipótesis del porque las Mypes deben tener una buena gestión de calidad enfocándome a la atención que se debe brindar a los clientes. Se desarrolla también el Marco teórico y conceptual, donde se presentan los antecedentes, las bases teóricas y las hipótesis.

De igual forma la Metodología de la investigación, en el cual se menciona el tipo, nivel y diseño, la población y muestra, las cuales obtuve teniendo en cuenta que algunas Mypes no estaban dispuestas a contestar los cuestionarios que se utilizaron como instrumentos, de esta manera se obtuvo los resultados los cuales fueron analizados e interpretados.

Finalmente se llegará a una conclusión que podrá ser de gran ayuda a los gerentes de las Mypes rubro hoteles ecológicos que quieran obtener mayor información de la gestión de calidad enfocado a la atención al cliente.

## **1.1. PLANEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **a) Caracterización del problema**

En la actualidad los ejecutivos, dueños de los hoteles al parecer desconocen los grandes beneficios que brindaría una buena gestión de calidad. Cabe resaltar que con una correcta aplicación de gestión de calidad daría como resultado disminuir las molestias de los huéspedes. De la misma manera representa también un incentivo para el personal las capacitaciones que les permitirá crecer personal y profesionalmente en su desempeño. Si bien es cierto, es desmotivador y poco equitativo tener que dedicar parte del tiempo a rehacer bien las cosas que otros hacen incorrectamente, lo que es también la necesidad de repetir los procedimientos propios por falta de información suficiente. Todo esto se podría solucionar con el correcto aprendizaje de los conceptos de gestión de calidad por parte de la administración.

La industria hotelera se presenta hoy como uno de los sectores más destacados del sector turístico y del sector económico en Pucallpa. Su impacto tanto en la economía como en el entorno de actuación es muy destacable y estratégico para el desarrollo de la provincia y de la región.

#### **b) Enunciado del problema**

¿Si los gerentes o dueños de las Mypes sector hoteles ecológicos; fortalecieran la gestión de calidad enfocado a la atención al cliente, generarían más productividad en los ingresos, captarían la atención y preferencia por parte de los huéspedes?

### 1.1.2. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

#### **1. Objetivo general**

El objetivo general es demostrar que la correcta aplicación de la gestión de calidad en la Mypes del rubro hoteles ecológicos dará como resultado una buena atención y plena satisfacción del cliente por parte de los empleados.

#### **2. Objetivo específico**

- Determinar los beneficios que brinda un buen manejo de gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente.
- Conocer si las Mypes del rubro hoteles ecológicos manejan la gestión de calidad; y si lo están haciendo de la manera correcta.
- Determinar los conceptos básicos para desarrollar una buena atención al cliente en las Mypes del rubro hoteles ecológicos.

### 1.1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Las Mypes del rubro hoteles ecológicos cumplen un rol importante en nuestra economía porque periódicamente se observa que las personas llegan de distintas ciudades y países a nuestra región a conocer y estudiar los diferentes lugares turísticos que esta brinda , por ello el presente estudio permitirá conocer las principales incidencias y beneficios de la gestión bajo el enfoque en atención al cliente, haciendo así, que los gerentes busquen aplicar la gestión de calidad en sus empresas para lograr la respectiva competitividad en los mercados aplicando una mejor atención al cliente en los hoteles ecológicos y obteniendo mayor productividad, así mismo el presente trabajo beneficiara a las Mypes del rubro hoteles ecológicos puesto que, es de tal importancia una adecuada Gestión en la atención al cliente para el desarrollo y crecimiento de las mismas.

## II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

### 2.1 ANTECEDENTES

#### a). Internacional

Seminario en línea Osteltur (2016). INNOVACIÓN TURÍSTICA. Según el informe innovación turística en España 2015 de ESADE, el 2015 el presupuesto destinado a innovación por parte de las empresas de turismo cayó ligeramente respecto al año anterior. Las tecnologías acapararon la mayor parte de la inversión en innovación, seguidas de la formación de las personas y la reducción de costes. Las empresas turísticas españolas siguieron con la reducción de costes en 2015 y reforzaron el control de gestión. Sin embargo, aumentó el interés por la innovación entre aquellas empresas que no lo habían hecho hasta ahora, al tiempo que aquellas que ya estaban desarrollando la innovación se anticipan a mantener los procesos en este sentido.

Entre los objetivos en relación a innovación, las empresas turísticas destacan: más clientes, mejorar el servicio y la mejora de la imagen de marca. Para la mayoría de las empresas turísticas, los clientes son los principales motivadores de las innovaciones, seguidos de las fuentes internas de innovación (los empleados, el equipo directivo y la práctica diaria del negocio) y las externas (los consultores, la competencia, los informes del sector y las ferias y congresos)

Karger, M. (2011). HOTELES ECOLÓGICOS. La creciente preocupación por el turismo medioambiental y sostenible ha creado una nueva corriente: el ecoturismo; éste ha llevado al sector hotelero a ofrecer innovadores lugares donde poder pasar las vacaciones.

La hotelería ecológica es parte del turismo responsable y sustentable, que es una nueva forma de comportamiento turístico en la que prima la conciencia ecológica. Atiende las necesidades de los turistas actuales y al mismo tiempo protege el ambiente. Hay ciertos aspectos que definen a un alojamiento ecológico, como por ejemplo la armonía con el medio ambiente, las energías renovables, la alimentación, la distancia a núcleos urbanos grandes y las posibilidades de ocio.

En Sudamérica el país que más proyectos y emprendimientos de hoteles ecológicos tiene es Brasil, seguido por Argentina. En la provincia de Buenos Aires hay más de 100 hoteles de este tipo, ubicados en los partidos de Tornquist, Tandil, Pinamar, Mar de las Pampas, Carilo, Bahía Blanca, Pehuén Co, Villa Gesell, Mar del Plata, Coronel Suárez y Mar Azul. Estos alojamientos tienen un certificado de alojamiento turístico sustentable por haber logrado altos estándares de gestión ambiental. Fueron evaluados por arquitectos, antropólogos y biólogos del organismo provincial para el desarrollo sostenible, que se encargaron de vigilar la vegetación, la infraestructura y también el entorno natural.

#### **b). Nacional**

Baz, J. (2017). JOSE KOECLIN, FUNDADOR DE INKATERRA, EL GRAN REFERENTE PERUANO DE LA HOTELERIA DE LUJO ECOLOGICO Y SOSTENIBLE. José Koechlin es un empresario peruano que fundó Inkaterra en el año 1975 y la convirtió en una cadena con una selección de hoteles, que son un referente en desarrollo sostenible y son pioneros en ecoturismo a nivel mundial. Es una empresa que se involucra con las comunidades en las cuales se desarrolla sus proyectos, estableciendo relaciones con los habitantes y protegiendo la flora y fauna creando conciencia en todos sobre el cuidado medioambiental.

Inkaterra realiza un ecoturismo de vanguardia con información factual basadas en las investigaciones in situ. realizó la restauración de cinco hectáreas de bosque de neblina, la gestión y el uso sostenible de 17,000 hectáreas de selva amazónica, cuenta con 6 hoteles, los cuales están ubicados en distintos puntos del país y son los siguientes: inkaterra reserva amazónica (madre de dios), inkaterra hacienda concepción (Tambopata), inkaterra Machu Picchu pueblo hotel (Machu Picchu – cusco), inkaterra hacienda Urubamba (Urubamba – cusco), inkaterra la casona (cusco) y el Mapi y inkaterra (cusco), da la bienvenida a más de 200,000 viajeros cada año y pertenece a diversas alianzas, como Relais & Châteaux, virtuoso y National Geographic, Unique Lodges of the World.

Todas las propiedades de la cadena se caracterizan por el lujo ecológico, ya que están construidas con materiales nativos y con diseños eco-amigables y que no destruyen la armonía entre si y el entorno.

Este año la cadena peruana construirá su séptimo hotel, ubicado en cabo blanco, talara, en Piura. El proyecto será un hotel de 120 habitaciones, una estación biológica e instalaciones de cuatro y cinco estrellas. Iniciaría operaciones en el 2018.

A través de la asociación inkaterra se llevan a cabo distintas iniciativas de conservación de la flora y fauna, como el inkaterra Canopy Walkway; el centro de rescate del oso andino en inkaterra Machu Picchu pueblo hotel; y el World Birding rally. Además, es la primera empresa peruana en ser declara carbono neutro.

Aguilar, M. (2017). URSULA VERA HERNÁNDEZ: SE ESTÁN APLICANDO CRITERIOS ECOLÓGICOS EN LA GESTIÓN DE HOTELES. La diversidad de flora y fauna que posee nuestro país motiva a mucha gente a querer cuidarla. Este sentimiento no fue ajeno a un matrimonio peruano-chileno conformado

por la economista Úrsula vera y su esposo, quienes crearon el hotel Amazon Garden Ecolodge boutique, con el fin de cumplir su sueño de vivir y servir a los pueblos originarios de la selva de Perú.

En una entrevista hecha a Úrsula vera detallo que la disminución de los recursos naturales, el aumento de la contaminación y la destrucción del entorno son una realidad cada vez más palpable, y que va despertando de poco en poco la conciencia social. a raíz de ello, se ha incrementado la demanda de todo tipo de productos y servicios medioambientalmente sostenibles, y los hoteles no se han apartado de ello. se están aplicando criterios ecológicos en su gestión y cada vez son más apreciados. Esto es lo que se conoce hoy como hotelería “Ecofriendly”, donde al cliente no le importa pagar más si tiene garantía de que contribuye a minimizar el impacto ambiental de su actividad y ahorra recursos sin que disminuya la calidad del servicio.

El negocio hotelero es quizás uno de los sectores más orientados al servicio al cliente. Esta característica obliga a tomar decisiones eficaces para mejorar rápido e intentar satisfacer a los clientes, superando sus expectativas. En ese sentido, hoy en día hay múltiples posibilidades y oportunidades de innovación en hoteles. Una de ellas es el uso de plataformas colaborativas tales como Tripadvisor, Booking o Airbnb, que ya son aplicaciones del día a día para la mayoría de usuarios de hoteles. Por otro lado está la experiencia vivencial al usuario, que se traduce en fomentar el llamado “turismo de experiencias”. Este ofrece, sobre todo, actividades locales. La clave está en ofrecer más servicios sin añadir un costo alto o en algunos casos de forma gratuita. La hotelería ha ido mejorando en estos últimos años en Perú, pensando en satisfacer las necesidades de turistas extranjeros. Esto ha permitido que el turista local se beneficie de esta mejor infraestructura hotelera y el servicio al cliente, por lo que hoy se ha incrementado la afluencia de turismo nacional.

En Iquitos los principales retos que enfrenta en la actualidad el tema hotelero son la informalidad, la falta de políticas públicas regionales y comunales de fomento del turismo, tales como la limpieza de la ciudad y la seguridad, a lo que se une la falta de personal capacitado en atención al cliente. El motivo por el cual hemos apostado por realizarnos como un gran hotel en Iquitos es por su rica historia, diversidad cultural y belleza natural, además de ser el pulmón y la mayor reserva de agua dulce del mundo.

### **c). Local**

Grijalba, C. (2017). CENTRO TURÍSTICO Y TERAPEUTICO EN PUCALLPA. En la actualidad el turista busca el turismo ecológico y medicinal, y el Perú tiene una inmensa riqueza natural y una gran biodiversidad admirada en el mundo los cuales están siendo explorados, sin embargo en algunas regiones falta una infraestructura que además de permitir la fauna y flora, ayude a preservar el entorno.

El proyecto se basará en el diseño de un centro turístico y terapéutico en Pucallpa, el enfoque será relacionar no solo la infraestructura con el entorno sino proponer espacios de interacción y aprendizaje sobre la cultura de la zona, es necesario desarrollar la arquitectura bioclimática de manera que se produzca el menor impacto ambiental.

## **2.2 Bases teóricas**

### **1. Teoría de la Gestión de calidad**

Un sistema de gestión de la calidad, no es más que una serie de actividades coordinadas que se llevan a cabo sobre un conjunto de elementos para lograr la calidad de los productos o servicios que se ofrecen al cliente, es decir, es planear, controlar y

mejorar aquellos elementos de una organización que influyen en el cumplimiento de los requisitos del cliente y en el logro de la satisfacción del mismo.

La implementación de un sistema de gestión de calidad puede traerle grandes beneficios a una organización, cuando esta lo hace con un alto nivel de compromiso por parte de la alta dirección, por ejemplo:

- Aumentar la satisfacción de los clientes: un sistema de gestión de calidad ayuda a que la organización planifique sus actividades en base a los requisitos de los clientes y no solamente en base a los requisitos que establezca la organización, por lo que la calidad se integra en el producto o servicio desde la planificación, conduciendo así a que se tengan clientes satisfechos. hay que recordar que la calidad no es solo cumplir requisitos, sino de tener clientes satisfechos.
- Reducir variabilidad en los procesos: a través de un sistema de gestión de calidad podemos estandarizar los procesos de una organización reduciendo así la variabilidad que se presentan en estos, lo cual hace que aumente nuestra capacidad de producir productos consistentes.
- Reducir costes y desperdicios: un sistema de gestión de calidad ayuda a crear una cultura proactiva y de análisis de datos, por lo que la organización se enfoca en detectar oportunidades de mejoras y corregir problemas potenciales, lo que conlleva a que esta tenga numerosos ahorros en recursos.
- Mayor rentabilidad: al sistema de gestión de calidad ayudar a la organización a aumentar la satisfacción de los clientes y reducir costes y desperdicios, su rentabilidad aumenta, produciendo así mayores ingresos o un mayor margen de beneficios, así como mejor posicionamiento en el mercado y de tener no sólo clientes satisfechos, sino leales.

Por último hay que destacar que en una implementación de un sistema de gestión de la calidad muchas veces se requiere que hayan cambios en algunos elementos culturales de la organización, pues como muy bien dijo Albert Einstein: “si quieres lograr resultados diferentes, tienes que hacer cosas diferentes”. Mateo, R. (2010).

### **1.1. Calidad**

Álvarez, J. (2006) INTRODUCCIÓN A LA CALIDAD APROXIMACIÓN A LOS SISTEMAS DE GESTIÓN Y HERRAMIENTAS DE CALIDAD. Actualmente, la expresión “calidad” se utiliza con frecuencia en cualquiera de los ámbitos de nuestra sociedad, sin importar el sector del que procede el comentario ni la vertiente hacia la que se dirige.

El mayor peligro al que se enfrenta una organización es ella misma. Su miopía ante las distintas actitudes que los ciudadanos puedan adoptar o su capacidad para anticiparse y/o adaptarse a los deseos de sus clientes, actuales o potenciales, pueden sentenciar su futuro en el mercado. Con esto, no queremos señalar sólo la parte negativa de esta influencia, sino la importancia que tienen sus clientes. La preparación de los clientes, tanto formativa como laboral, es cada vez mayor debido a su propia competencia y a la aparición de un cierto efecto experiencia a medida que consumen. Esta evolución les confiere una gran seguridad en la elección de sus proveedores y de los productos o servicios que solicitan. La consecuencia del desarrollo cultural asignable al cliente parece fácilmente observable; es creciente la influencia de sus propias expectativas y especificaciones en las compras y contrataciones. Por tanto, su nivel de exigencia será más elevado y el trabajo que deben desarrollar las entidades suministradoras será cada vez mayor. El cliente, las organizaciones y la sociedad evolucionan, alcanzando todos ellos un mayor grado de madurez y, a la vez, de

flexibilidad. A lo largo de esta unidad didáctica, analizaremos sus distintas evoluciones y, como consecuencia, los cambios producidos en la calidad exigida y ofertada.

La calidad en el servicio al cliente es uno de los puntos primordiales que se deben cumplir dentro de cada una de las empresas; sin importar el tamaño, estructura y naturaleza de sus operaciones, deben de demostrar la capacidad que tienen para desempeñarse en esta área, ya que al ser la primera imagen que se da a los clientes ayuda a mantenerse en la preferencia de los mismos, y si se llega a alterar pueden convertirse en una amenaza. Más sin embargo, en muchas ocasiones puede llegar a ser empleado por las organizaciones incorrectamente, afectando tanto al desarrollo y crecimiento de las mismas, por lo cual, principalmente se debe definir la importancia de dicho servicio al cliente, para poder estructurar adecuadamente la forma más óptima de llevarlo a cabo. Editorial el Buzón de Pacioli. (2013)

## **1.2. Cliente**

Con el paso del tiempo, la competitividad ha crecido en todos y cada uno de los mercados. Las empresas se encuentran con competidoras que ofertan un producto o servicio con unas características que, aplicando una terminología macroeconómica, permitirían denominarlo “diferenciado”, es decir, estos productos no son idénticos (homogéneos) y, por tanto, no son perfectamente sustitutivos entre sí; sin embargo, y a pesar de sus diferencias, sirven para que el consumidor cubra las mismas necesidades. En todo caso, hay una idea muy clara: un producto o servicio se vende a un cliente; si no hay clientes, no hay ventas y, en consecuencia, la empresa dejaría de existir. ÁLVAREZ, J. (2006) INTRODUCCIÓN A LA CALIDAD APROXIMACIÓN A LOS SISTEMAS DE GESTIÓN Y HERRAMIENTAS DE CALIDAD.

## **2. Calidad del servicio**

Es una disciplina que abarca toda la complejidad de una organización, es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización. Pizzo, M. (2013)

### **2.1 Paso para la mejora en la calidad del servicio según Mariana Pizzo**

#### **2.1.1 Averiguar las principales debilidades del servicio**

Si has estado trabajando ya en mejorar tu servicio, muy probablemente hayas realizado alguna encuesta de satisfacción a tus clientes. O quizás tienes algún otro modo de recibir sus opiniones.

#### **2.1.2 Evalúa ese aspecto**

El segundo paso del método es evaluar la satisfacción de tus clientes en relación al aspecto que has identificado. Pero para esto debes hacer una encuesta enfocada.

¿Qué es una encuesta enfocada? Es una encuesta de satisfacción donde sólo preguntas acerca de un aspecto de tu servicio.

¿Qué debes preguntar en esta encuesta?

- Explicas brevemente al cliente que estás evaluando ese aspecto del servicio para mejorar su satisfacción.
- El primer punto es una evaluación general.
- Que deberá cambiar en ese aspecto para que sea de su total satisfacción.
- Están dispuestos a pagar más por esas mejoras.

### **1.2.3 Implementar mejoras inmediatamente**

En este punto es importante que involucres a tus empleados, porque pueden aportarte valiosas ideas.

### **1.2.4 Evaluar el proceso y consolidar**

Evalúa todo lo que hiciste y decide lo que quedará instalado como nueva forma de trabajo. Analiza los costos y beneficios y toma tus decisiones.

## **3. Atención al cliente**

Según **Carrasco (2013)**. La atención al cliente es una función fundamental de la empresa que consiste en trasladar la totalidad de sus productos y servicios, de manera que el cliente resulte totalmente satisfecho con la prestación del servicio y del producto recibido.

La atención al cliente engloba a todas las actividades de la empresa que gestionan la interacción con los clientes. Por tanto sea cual sea el tipo de empresa la atención al cliente debe cumplir con dos objetivos fundamentales:

- La relación directa con sus clientes y el análisis de su comportamiento para detectar los puntos que precisan mejoras
- La atención de las reclamaciones de los clientes y la búsqueda de soluciones y compensación por los incumplimientos en su caso.

### **1.3.1 Según Tarodo (2014). Las fases de la atención al cliente son:**

1. Acogida: Consiste en acoger al cliente en la empresa. Para ellos, hay que tener en cuenta los siguientes aspectos:

- La imagen de la empresa es fundamental para que el cliente tenga una buena acogida.
- El trato del cliente debe ser el adecuado, lo que implica que debemos ser correctos, simpáticos, amables, etc.
- El cliente debe estar cómodo hasta que sea atendido por la persona correspondiente. Por tanto, la empresa debe informar previamente de los aspectos que le hacen al cliente estar más cómodos, estos aspectos son muy diversos y, entre otros, se encuentran el de realizarle al cliente un servicio personalizado o tratarle de una determinada manera según el tipo de cliente que sea.

2. Seguimiento: Consiste en la espera que tiene que realizar el cliente hasta que sea atendido por la persona correspondiente. Para ello, hay que tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Cuando el cliente espera, lo primero que tiene que hacer la persona que en ese momento le atiende es decirle quien le va a atender, cuanto tiempo tiene que esperar y la razón por la que debe esperar.
- Cuando la espera sea muy larga, la persona que en ese momento le atiende debe hablar con el cliente de vez en cuando y preguntarle si necesita algo

3. Gestión: Consiste en atender las necesidades de cliente. Es el encuentro que tiene lugar entre el cliente y la persona encargada de atenderle.

Para atender las necesidades del cliente, la persona encargada de atenderle debe gestionarle y resolver las dudas que tenga el cliente y realizar una atención personalizada. Es muy importante escucharle con mucho cuidado para evitar que el cliente se sienta incómodo.

4. Despedida: Consiste en terminar con la conversación que tiene el cliente y la persona encargada de ofrecerle los servicios. Para ello, antes de despedirse, el prestador de servicio deberá haber resuelto todas las dudas que tenga el cliente, de tal manera que este salga satisfecho de la empresa.

#### **4. Teoría de la Mypes**

Las Mypes se constituyen por una persona jurídica o natural y desarrollan actividades como la producción, comercialización y servicios, y se clasifican en dos tipos: microempresas, las cuales tienen de 1 a 10 trabajadores y las pequeña empresas tienen de 1 a 50 trabajadores. (Proinversión, 2010).

Siendo de gran importancia la existencia de estas empresas en el ámbito económico, ya que reduce la pobreza a través de puestos de trabajo, mejorando la distribución del ingreso e incentivando el carácter emprendedor hacia los demás;

contribuyendo de manera general al ingreso nacional y al crecimiento económico. Centty. (2008).

### **3.3. Marco conceptual**

#### **3.3.1 Definiciones**

##### **3.3.1.1 Definición de hoteles ecológicos**

###### **a). Definición de Hotel Ecológico**

Los hoteles ecológicos se caracterizan principalmente por ofrecer unas instalaciones que se han construido, y se mantienen, con un mínimo impacto ambiental a la vez que ofrecen un servicio adecuado, donde los huéspedes pueden disfrutar de una estancia agradable siendo respetuosos con el entorno.

Debido a la creciente demanda de este tipo de alojamientos verdes, en la actualidad es fácil encontrar lugares etiquetados como ecológicos, pero que en realidad no lo son. Para poder diferenciar los unos de los otros, debemos fijarnos que cumplan con los criterios estándar de los hoteles ecológicos.

1.2 Una arquitectura sostenible, con la finalidad de minimizar el impacto ambiental de las instalaciones sobre el medio ambiente y sus habitantes, reduciendo las emisiones contaminantes y consumo energético, utilizando materiales reciclados, reutilizables y de origen local. Además de disponer de un buen sistema de aislamiento y correcta orientación, para así reducir el uso de calefacción y aire acondicionado, etc.

1.3 Utilizar materiales ecológicos, reciclados o biodegradables, desde el mobiliario, a productos de limpieza, utensilios y materiales impresos. Enciclopedia en Red Ecured, (2017).

### **b). Atención al Cliente**

Es el conjunto de actividades que una compañía diseña para identificar y satisfacer las necesidades, teniendo como objetivo cubrir las expectativas de sus clientes, siendo la atención al cliente indispensable para el desarrollo de una empresa. Serna, H. (2006)

### **c). Gestión de calidad**

Es una serie de actividades coordinadas que se llevan a cabo sobre un conjunto de elementos para lograr la calidad de los productos o servicios que se ofrecen al cliente, es decir, es planear, controlar y mejorar aquellos elementos de una organización que influyen en el cumplimiento de los requisitos del cliente y en el logro de la satisfacción del mismo. Mateo, J. (2010)

### **d). Mypes**

Las Mypes pueden ser constituidas por personas naturales o jurídicas, bajo cualquier forma de organización empresarial, según la ley, para poder acogerse a los beneficios de los que gozan las Mypes en el Perú, estas deben cumplir con ciertos requisitos concernientes a su número de trabajadores y sus volúmenes de ventas.

#### **Características de las Mypes:**

- **Microempresas:** de 1, a 10 empleados.
- **Pequeña Empresa:** de 1, a 100 empleados.

### III. HIPOTESIS

H1. Las Mypes del rubro hoteles ecológicos en el sector de Pucallpa año 2017, capacita a su personal para mejorar la atención al cliente su empresa y obtener como resultado a clientes satisfechos con el servicio que brindan.

H2. Cumplen adecuadamente las Mypes del rubro hoteles ecológicos Con la gestión de calidad.

## IV. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

### 4.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación será descriptivo.

M = Muestra que se conformará por las MYPES encuestadas, hoteles ecológicos del sector Pucallpa año 2017.

O = Observación de las variables: Gestión bajo el enfoque en atención al cliente del sector hoteles de la ciudad de Pucallpa.

### 4.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

La población estuvo integrado por 8 Mypes del sector hoteles ecológicos de las cuales se utilizó como muestra 4 Mypes teniendo en cuenta que son las más representativas de la ciudad de Pucallpa.

1. City Amazon hotel ecológico
2. Manish hotel ecológico
3. Lodge del abuelo
4. Jene Shobo
5. La Maloka ecolodge
6. Hotel el delfín ecológico

#### 4.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable	Definicion	Dimension	Indicadores
<b>Gestion de Calidad en Atencion al Cliente</b>	<b>Gestion de Calidad:</b> Es una serie de actividades coordinadas que se llevan a cabo sobre un conjunto de elementos para lograr la calidad de los productos o servicios que se ofrecen al cliente, es decir, es planear, controlar y mejorar aquellos elementos de una organización que influyen en el cumplimiento de los requisitos del cliente y en el logro de la satisfacción del mismo.	Logro	Empresarial Individual
		Clima Organizacional	Imagen Calidad de vida Alta productividad
		Tecnica	Marketing Plan estrategico Mejora continua Otros
		Competitividad	Precio Calidad Planificacion Atencion al cliente
		Motivacion	Poder Monetario Crecimiento
	<b>Atencion al cliente:</b> Es el conjunto de actividades que una compañía diseña para identificar y satisfacer las necesidades, teniendo como objetivo cubrir las expectativas de sus clientes, siendo la atención al cliente indispensable para el desarrollo de una empresa.	Atencion	preferencial estandarizada
		Calidad	Amabilidad

#### 4.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

##### **1. Técnica**

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta.

##### **2. Instrumento**

Para el recojo de la información, se aplicó un cuestionario de preguntas cerradas.

#### 4.5. PLAN DE ANÁLISIS DE DATOS

El proceso, implicó un análisis luego de finalizar la tabulación de todos los datos que se obtuvo aplicando los instrumentos a los administradores de cada empresa, con el objetivo de visualizar el comportamiento de las variables. Para analizar los datos se utilizó la técnica de estadística descriptiva para cada resultado obtenido en las evaluaciones de los propietarios de las Mypes rubro hoteles ecológicos, se elaboró gráficos en forma circular para cada una de las variables en estudio y tablas de distribución de frecuencia.

4.6. MATRIZ DE CONSISTENCIA.

<b>Problema</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Variable</b>	<b>Universo y Muestra</b>	<b>Metodología</b>	<b>Técnicas e instrumentos</b>
<p>¿Si los gerentes o dueños de las Mypes sector hoteles ecológicos; fortalecieran la gestión de calidad enfocado a la atención al cliente, generarían más productividad en los ingresos, captarían la atención y preferencia por parte de los huéspedes?</p>	<p><b>Objetivo General:</b> El Objetivo General Es Demostrar Que La Correcta Aplicación De La Gestión De Calidad En La Mypes Del Rubro Hoteles Ecológicos Darán Como Resultado Una Buena Atención Y Plena Satisfacción Del Cliente Por Parte De Los Empleados.</p> <p><b>Objetivo Específico:</b> Determinar los beneficios que brinda un buen manejo de gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente.</p> <p>Conocer si las Mypes del rubro hoteles ecológicos manejan la gestión de calidad; y si lo están haciendo de la manera correcta.</p> <p>Determinar los conceptos básicos para desarrollar una buena atención al cliente en las Mypes del rubro hoteles ecológicos.</p>	<p>Gestión de calidad en atención al cliente</p>	<p>El universo se obtendrá de la investigación que se hará en la institución responsable en brindarnos la información. Teniendo en cuenta el resultado se obtendrá la muestra correspondiente.</p>	<p>El tipo de investigación será descriptivo.</p> <p>El nivel de la investigación será cuantitativo.</p> <p>El diseño de la investigación será no experimental - transversal - retrospectivo - descriptivo</p>	<p><b>Técnica:</b> se utilizara las encuestas.</p> <p><b>Instrumento:</b> preguntas cerradas</p>

#### 4.7. PRINCIPIOS ÉTICOS.

La presente investigación, estuvo fundamentada por principios éticos, como la justicia que exige el derecho a un trato de equidad, veracidad ya que la información que se muestra en la presente información es, transparente en toda la información proporcionada, tanto en la preparación y seguimiento de la investigación, autenticidad en la recopilación de datos, por último el principio de la solidaridad, ya que el trabajo que se realizó, solo será utilizado para fines académicos.

## V. RESULTADOS

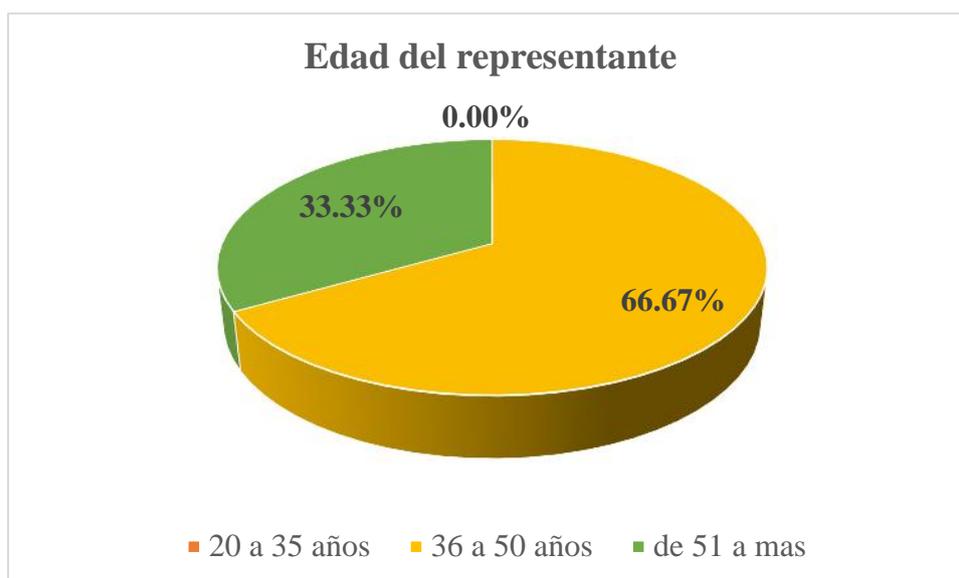
### 5.1. RESULTADOS

Tabla 1: Edad del representante de la empresa.

<b>Edad</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
20 a 35 años	0	0.00%
36 a 50 años	4	66.67%
de 51 a mas	2	33.33%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes, 2017

Gráfico 1: Edad del representante de la empresa.



**Fuente: Tabla 1.**

Descripción:

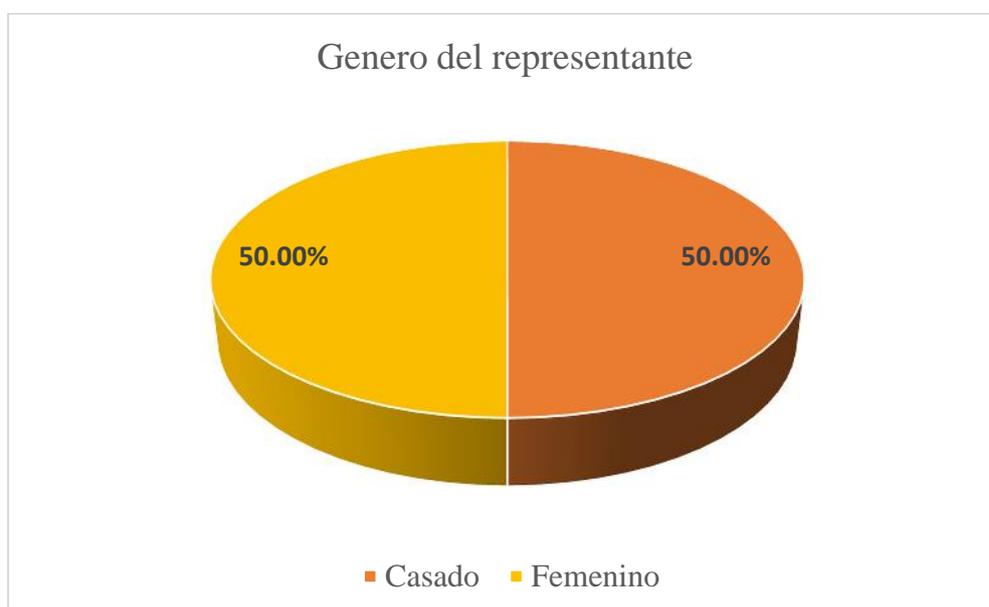
En la tabla 1 y gráfico 1, se observa que el 66.67% de los encuestados tienen la edad de 36 a 50 años y el 33.33% tiene de 51 años a más.

Tabla 2: Género del representante de la empresa

<b>Genero del representante</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Masculino	3	50.00%
Femenino	3	50.00%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes, 2017

Gráfica 2: Género del representante de la empresa



**Fuente: Tabla 2**

Descripción:

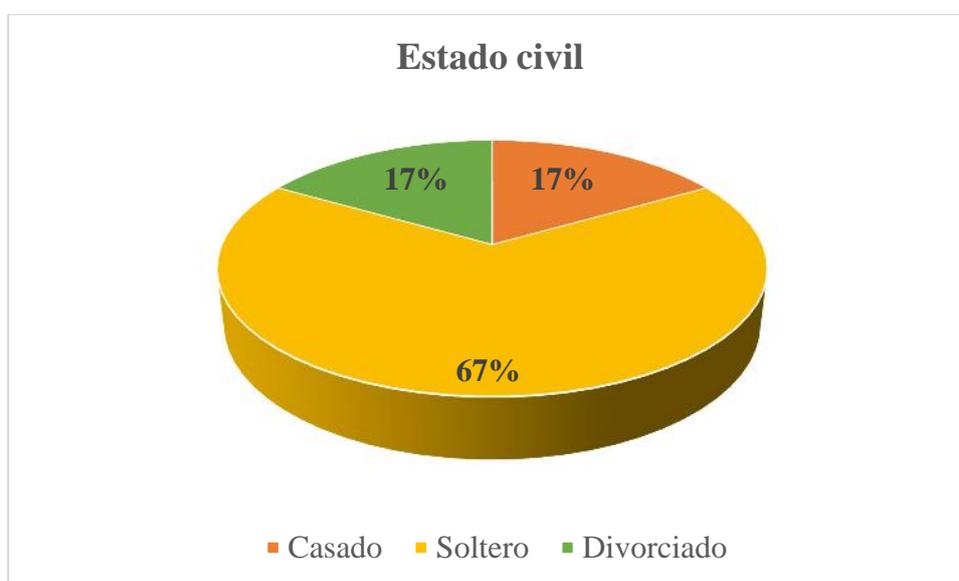
En la tabla 2 y gráfico 2, se observa que el 50% de los representantes de las empresas son del género femenino y el 50% es del género masculino.

Tabla 3: Estado civil de los representantes de la empresa.

Estado civil	Frecuencia	Porcentaje
Casado	1	17%
Soltero	4	67%
Divorciado	1	17%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes, 2017

Gráfico 3: Estado civil de los representantes de la empresa.



Fuente: Tabla 3

Descripción:

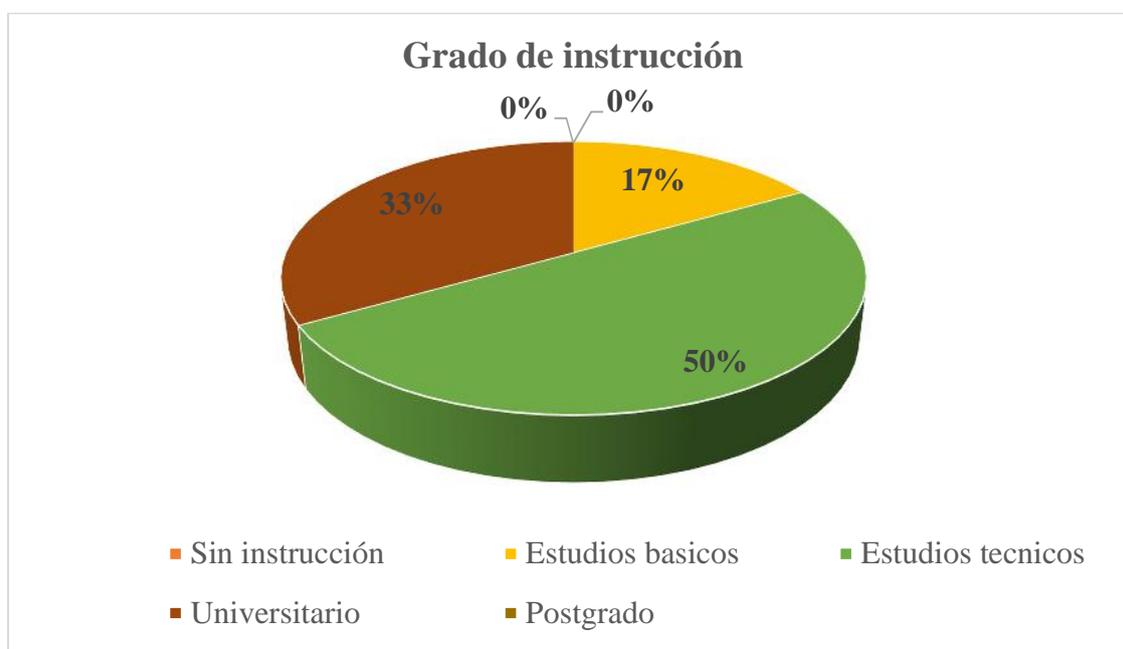
En la tabla 3 y gráfico 3, se observa que el 17% de los representantes de la empresa son casados, el 67% son solteros y el 17% son divorciados.

Tabla 4: Grado de instrucción de los representantes de la empresa

<b>Grado de instrucción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Sin instrucción	0	0%
Estudios básicos	1	17%
Estudios técnicos	3	50%
Universitario	2	33%
Postgrado	0	0%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes, 2017

Gráfico 4: Grado de instrucción de los representantes de la empresa.



**Fuente: Tabla 4**

Descripción:

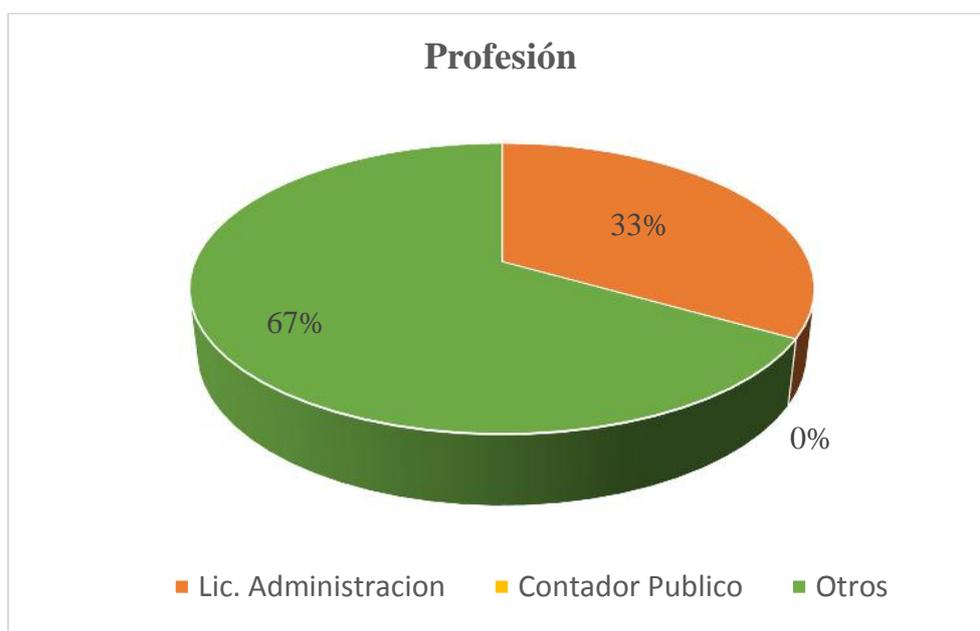
En la tabla 4 y gráfico 4, se observa que el 17% de los representantes tienen estudios básicos, el 50% tiene estudios técnicos y el 33% de los representantes tiene estudios universitarios.

Tabla 5: Profesión de los representantes de la empresa.

<b>Profesión</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Lic. Administración	2	33%
Contador Publico	0	0%
Otros	4	67%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes, 2017

Gráfico 5: Profesión de los representantes de la empresa.



**Fuente: Tabla 5**

Descripción:

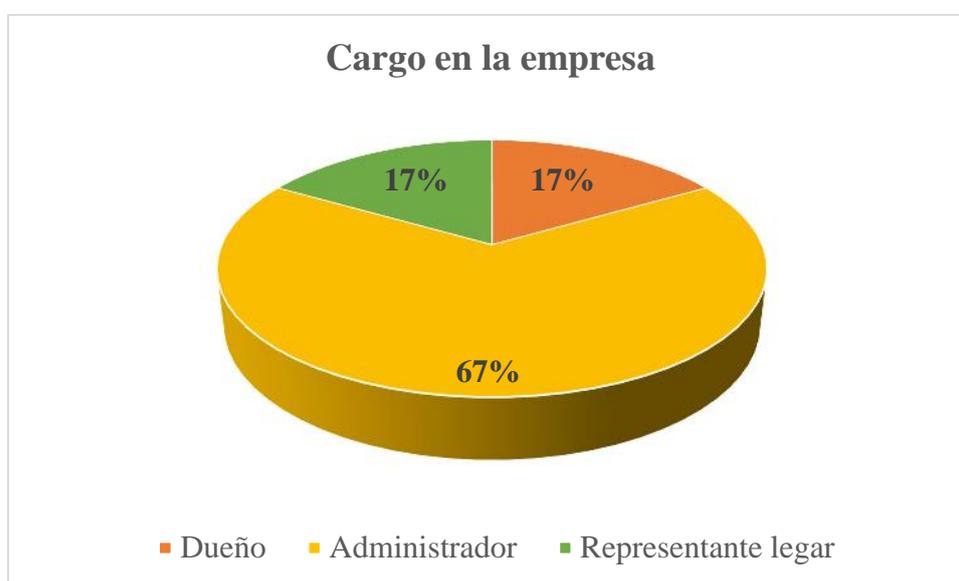
En la tabla 5 y el grafico 5, se observa que el 33% de los representantes de las empresas son licenciados en administración y el 67% de los representantes tienen otra profesión.

Tabla 6: ¿Cuál es el cargo que desempeña en la empresa?

<b>Cargo en la empresa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Dueño	1	17%
Administrador	4	67%
Representante legal	1	17%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes, 2017

Gráfico 6: Cual es el cargo que desempeña en la empresa?



**Fuente: Tabla 6**

Descripción:

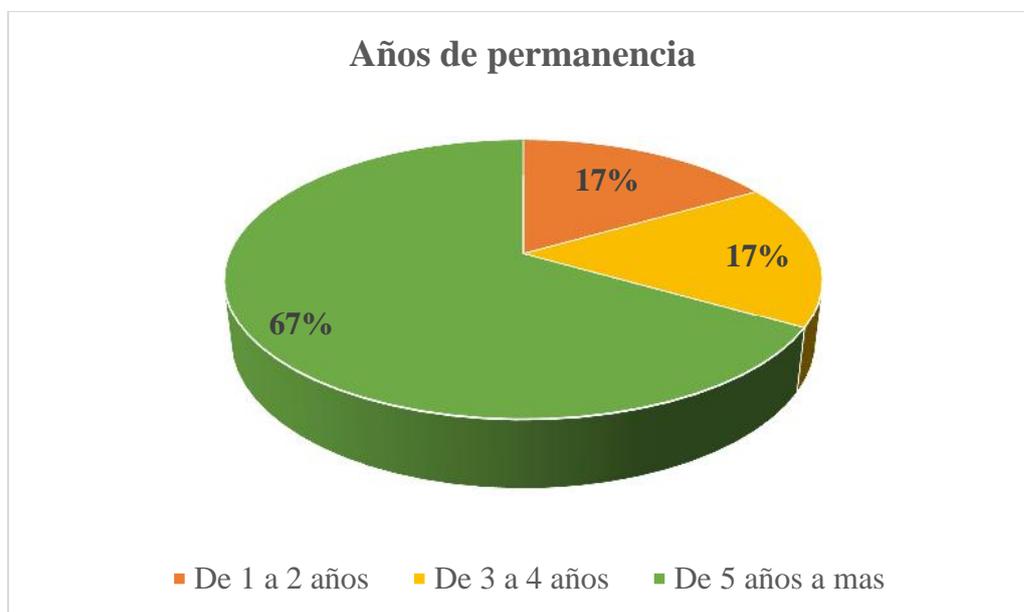
En la tabla 6 y gráfico 6, se observa que el 17% de los representantes de las empresas son los propios dueños, el 67% ocupa el cargo de administrador de la empresa y el 17% el cargo de representante legal.

Tabla 7: ¿Cuántos años de permanencia tiene en la actividad y en el rubro?

Años de permanencia	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 2 años	1	17%
De 3 a 4 años	1	17%
De 5 años a mas	4	67%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes, 2017

Gráfico 7: ¿Cuántos años de permanencia tiene en la actividad y el rubro?



Fuente: Tabla 7

Descripción:

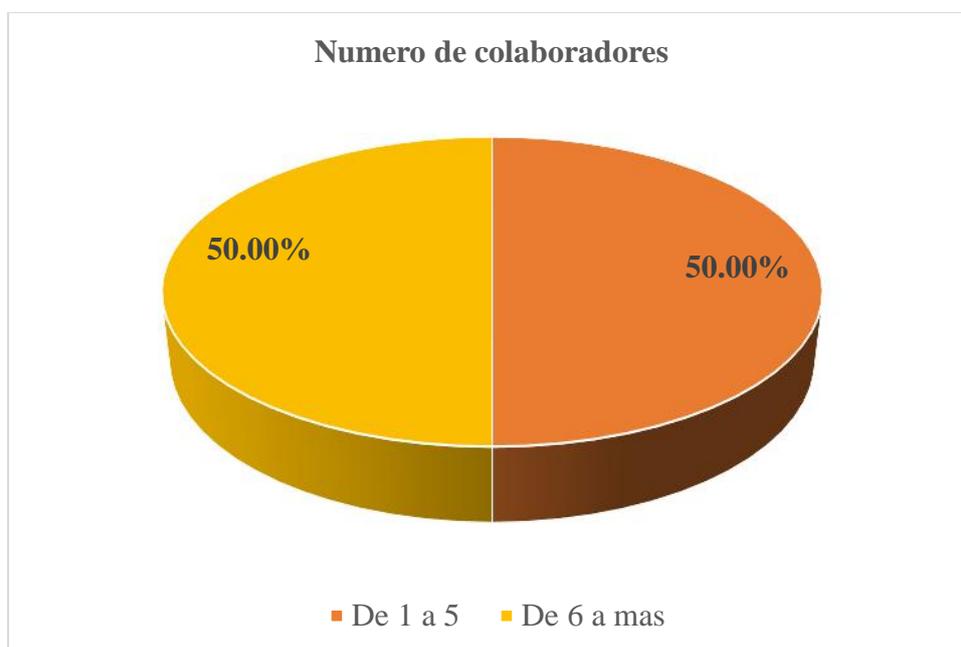
En la tabla 7 y en el gráfico 7, se observa que el 17% de los representantes de la empresa tienen de 1 a 2 años de permanencia, el otro 17% tiene de 3 a 4 años de permanencia y el 67% de representantes tiene de 5 años a más.

Tabla 8: ¿Con cuántos colaboradores permanentes cuenta la empresa?

Número de colaboradores	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 5	3	50.00%
De 6 a mas	3	50.00%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes, 2017

Gráfico 8: ¿Con Cuántos colaboradores permanentes cuenta la empresa?



**Fuente: Tabla 8**

Descripción:

En la tabla 8 y gráfico 8, se observa que el 50% de los representantes de la empresa tienen de 1 a 5 colaboradores permanentes y el 50% tiene de 6 a más colaboradores.

Tabla 9: ¿Conoce técnicas de gestión empresarial?

<b>Técnicas de gestión empresarial</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si muchos	1	17%
Conozco pocos	4	67%
No conozco	1	17%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes, 2017.

Gráfico 9: ¿Conoce técnicas de gestión empresarial?



**Fuente: Tabla 9**

Descripción:

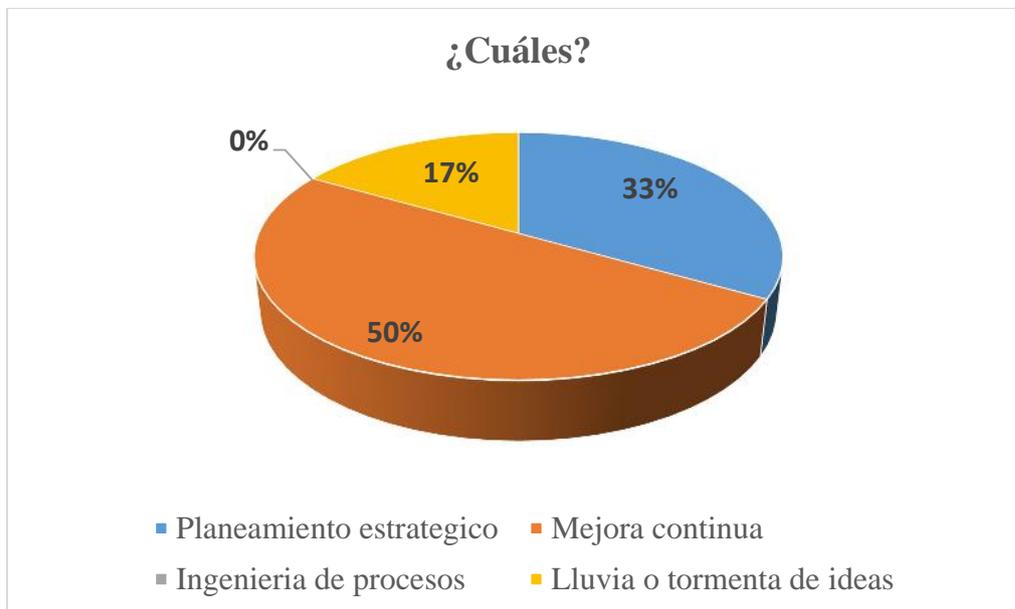
En la tabla 9 y el gráfico 9, se observa que el 17% de los representantes de la empresa conocen muchas técnicas de gestión empresarial, el 67% conocen poco y el 17% de los representantes no conocen acerca de las técnicas de gestión empresarial.

Tabla 10: ¿Cuáles?

¿Cuáles?	Frecuencia	Porcentaje
Planeamiento estratégico	2	33%
Mejora continua	3	50%
Ingeniería de procesos	0	0%
Lluvia o tormenta de ideas	1	17%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes, 2017.

Gráfico 10: ¿Cuáles?



**Fuente: Tabla 10**

Descripción:

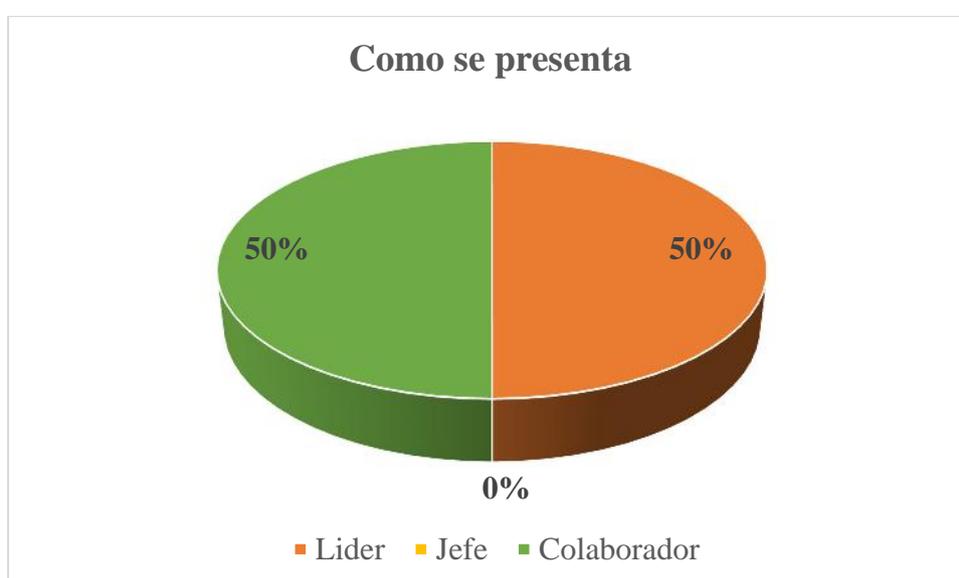
En la tabla 10 y el gráfico 10 se observa que el 33% de los representantes conocen el planeamiento estratégico, el 50% de los representantes conoce la mejora continua y el 17% conoce la lluvia o tormenta de ideas.

Tabla 11: ¿Cómo se presenta ante sus colaboradores?

<b>Cómo se presenta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Líder	3	50%
Jefe	0	0%
Colaborador	3	50%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes, 2017

Gráfico 11: ¿Cómo se presenta ante sus colaboradores?



**Fuente: Tabla 11**

Descripción:

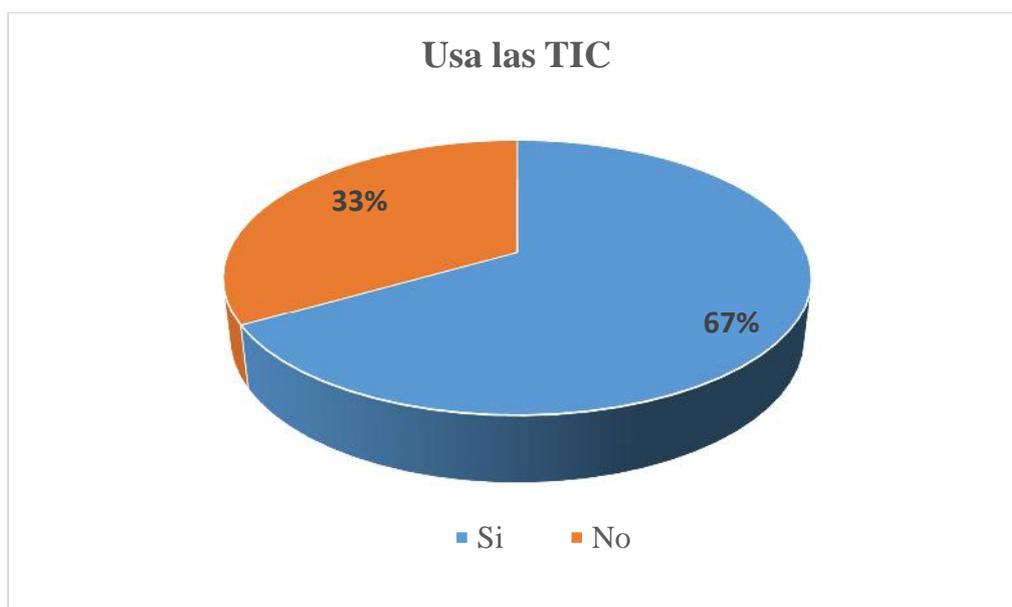
En la tabla 11 y la gráfica 11, se observa que el 50% de los representantes se presentan como un líder y el otro 50% se presenta como un colaborador más en la empresa.

Tabla 12: ¿Usa las TIC en gestión empresarial para mejorar la calidad de sus servicios?

Usa las TIC	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	67%
No	2	33%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes, 2017

Gráfica: ¿Usa las TIC en gestión empresarial para mejorar la calidad de sus servicios?



Fuente: Tabla 12

Descripción:

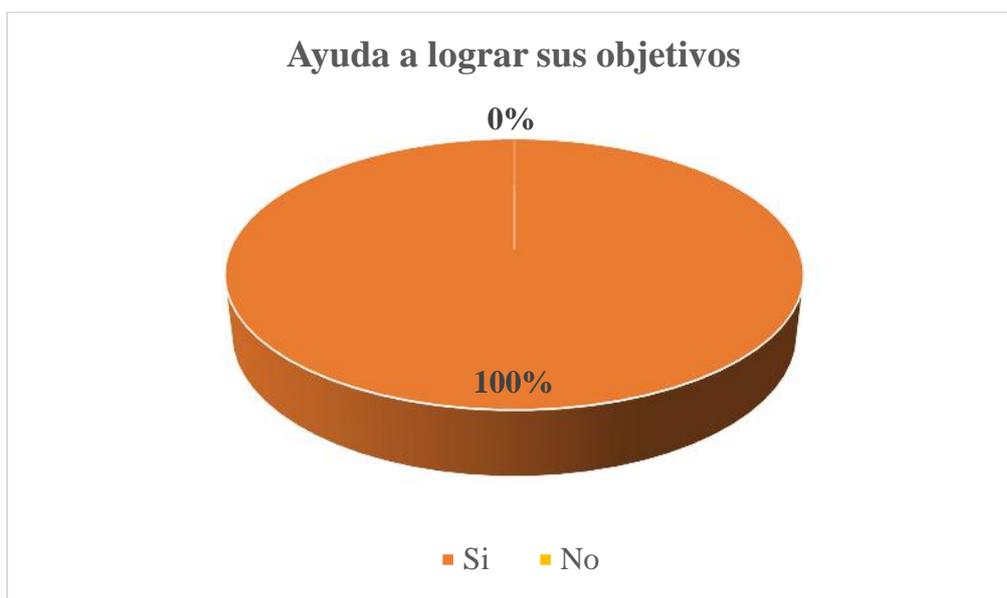
En la tabla 12 y gráfico 12, se observa que el 67% de los representantes si hacen uso de las TIC y el 33% de los representantes no.

Tabla 13: ¿Percibe que aplicar una gestión de calidad en su negocio le proporciona resultados que le ayuda a lograr sus objetivos?

Ayuda a lograr su objetivo	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes, 2017

Gráfico: ¿Percibe que aplicar una gestión de calidad en su negocio le proporciona resultados que le ayuda a lograr sus objetivos?



**Fuente: Tabla 13.**

Descripción:

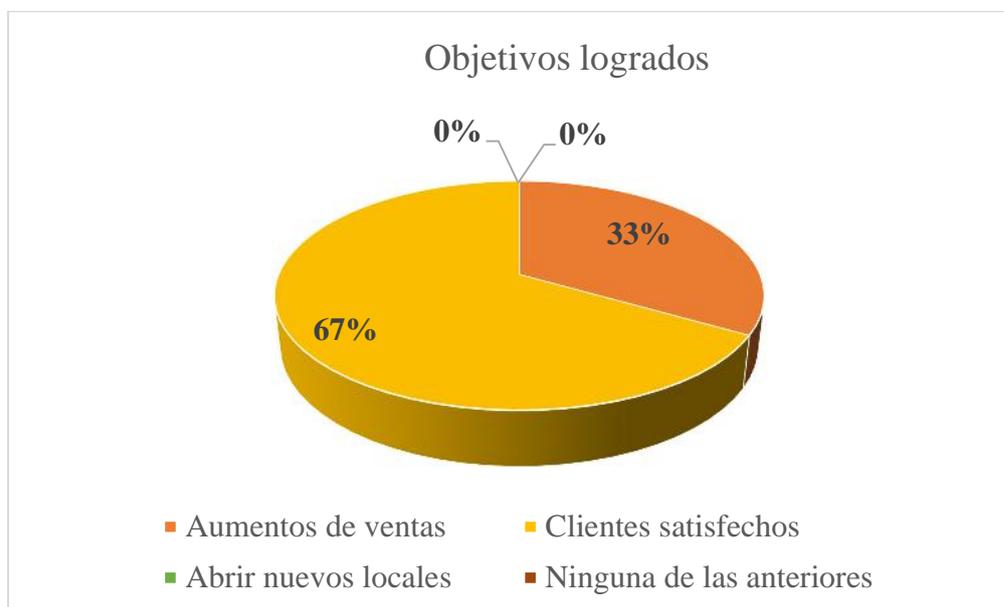
En la tabla 13 y el gráfico 13, se observa que el 100% de los representantes si percibe que aplicando una gestión de calidad en su negocio le proporciona resultados que le ayuda a lograr sus objetivos.

Tabla 14: ¿Qué objetivos ha logrado aplicando la gestión de calidad?

<b>Objetivos logrados</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentajes</b>
Aumentos de ventas	2	33%
Clientes satisfechos	4	67%
Abrir nuevos locales	0	0%
Ninguna de las anteriores	0	0%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes, 2017.

Gráfico 14: ¿Qué objetivos ha logrado aplicando la gestión de calidad?



**Fuente: Tabla 14**

Descripción:

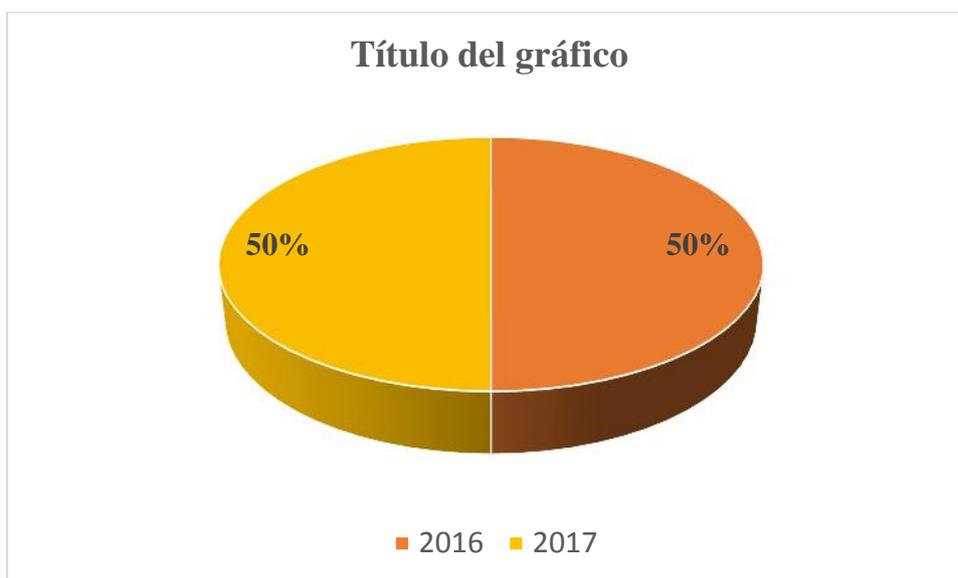
En la tabla 14 y el gráfico 14, se observa que el 33% de los representantes obtuvo como resultados el aumento de sus ventas, y el 67% de los representantes obtuvo clientes satisfechos.

Tabla 15: ¿Cuántas veces al año el negocio capacitó al personal para mejorar la calidad en la atención al cliente?

<b>Capacitación al personal</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
2016	3	50%
2017	3	50%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes, 2017

Gráfico 15: ¿cuántas veces al año el negocio capacitó al personal para mejorar la calidad en la atención al cliente?



**Fuente: Tabla 15**

Descripción:

En la tabla 15 y en el gráfico 15, se observa que el 50% de los representantes capacitaron a su personal en el 2016 unas tres veces, y el otro 50% de los representantes capacitó a su personal en el 2017 unas 3 veces.

Tabla 16: ¿Evalúa usted el nivel de satisfacción de los huéspedes en la atención que brinda su personal?

Grado de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	83%
No	1	17%
A veces	0	0%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes, 2017

Gráfico 16: ¿Evalúa usted el nivel de satisfacción de los huéspedes en la atención que brinda su personal?



Fuente: Tabla 16

Descripción:

En la tabla 16 y el gráfico 16 se observa que el 83% de los representantes si evalúa el nivel de satisfacción de sus huéspedes, y el 17% de los representantes no lo hace.

Tabla 17: ¿Su empresa actualiza las estrategias de servicio, según los gustos y preferencia del cliente?

<b>Actualiza estrategias</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	5	83%
No	1	17%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes, 2017

Gráfico 17: ¿Su empresa actualiza las estrategias de servicio, según los gustos y preferencia del cliente?



**Fuente: Tabla 17**

Descripción:

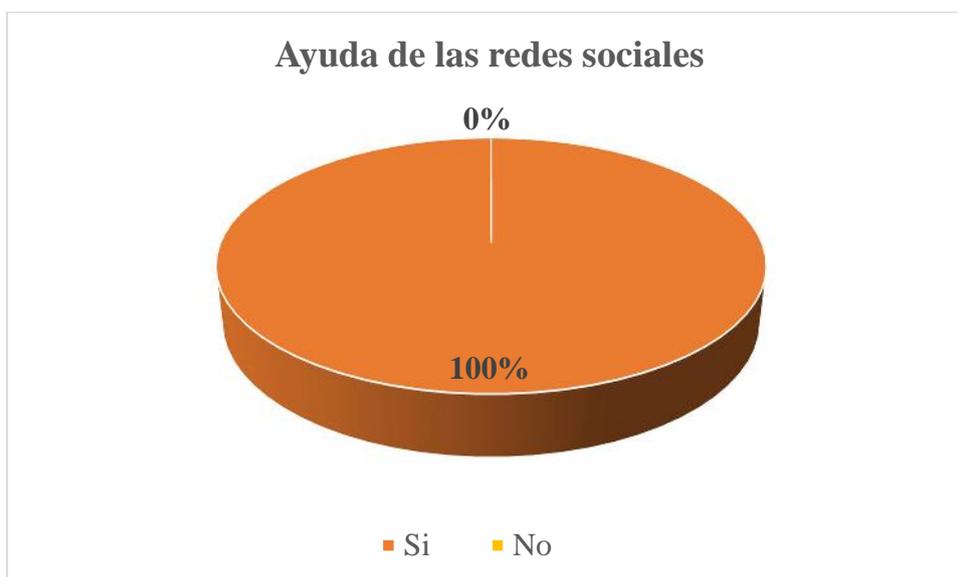
En la tabla 17 y en el gráfico 17, se observa que el 83% de los representantes si actualiza sus estrategias de servicio, según los gustos y preferencia del cliente y el 17% no actualiza sus servicios de vente con respecto a los gustos del cliente.

Tabla 18: ¿ha implementado en su empresa ofrecer los servicios que brinda con ayuda de las redes sociales?

<b>Ayuda de las redes sociales</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	6	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes, 2017

Gráfico 18: ¿ha implementado en su empresa ofrecer los servicios que brinda con ayuda de las redes sociales?



**Fuente: Tabla 18**

Descripción:

En la tabla 18 y en gráfico 18, se observa que el 100% de los representantes si ofrece sus los servicios que brinda con ayuda de las redes sociales.

Tabla 19: ¿Su negocio es formal?

<b>Su empresa es formal</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	6	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes, 2017.

Gráfico 19: ¿Su negocio es formal?



**Fuente: Tabla 19.**

Descripción:

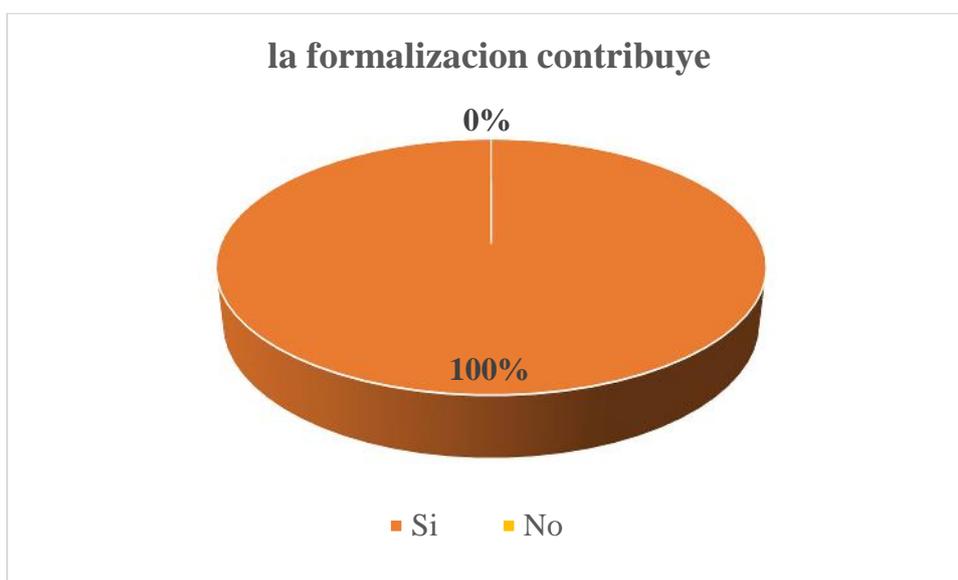
En la tabla 19 y en el gráfico 19, se observa que el 100% de los representantes formalizaron sus empresas.

Tabla 20: ¿considera que la formalización contribuye a su negocio haciéndose notar su presencia a través de sus servicios?

<b>la formalización contribuye</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	6	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes, 2017.

Gráfico 20: ¿considera que la formalización contribuye a su negocio haciéndose notar su presencia a través de sus servicios?



**Fuente: Tabla 20**

Descripción:

En la tabla 20 y en el gráfico 20 se observa que el 100% de los representantes considera que la formalización contribuye a su negocio haciéndose notar su presencia a través de los servicios que brindan.

## 5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Respecto a los datos generales de los representantes

- ✓ Con respecto a la edad de los representantes el 66.67% manifiestan tener entre 36 a 50 años y el 33.33% de 51 a más años (**ver gráfico 1**). Este resultado indica que los representantes son personas con la edad promedio para dirigir las empresas. Es importante tener en cuenta que la edad no es de mayor relevancia al momento de representar una empresa, sino tener la experiencia adecuada y la capacidad para desarrollar las actividades que conlleven a cumplir los objetivos.
  
- ✓ En cuanto al género de los representantes el 50% es de género femenino y el 50% es de género masculino (**ver gráfico 2**). Este resultado indica que las empresas no tienen preferencia alguna por el género de los representantes sino por cualidades más importantes que sumen al progreso de las empresas.
  
- ✓ El 67% de los representantes de las empresas son solteros, el 17% son casados y el 17% de los representantes son divorciados (**ver gráfico 3**). Este resultado indica que los que dirigen las empresas en el rubro hoteles ecológicos son personas solteras sin compromisos conyugales, esto podría ser porque tienen la facilidad de estar en plena actividad con el desarrollo de las actividades a desarrollar, hay que tener en cuenta que dirigir una empresa no siempre es fácil.
  
- ✓ El 50% de los representantes de las empresas tienen estudios técnicos, el 33% tienen estudios universitarios y el 17% estudios básicos (**ver gráfico 4**). De estos

resultados se puede observar que la mitad de los representantes solo tienen estudios técnicos, resultado que es ventajoso ya que cuentan con la base para ganar conocimiento con respecto a la gestión de calidad y atención al cliente, pero sería aún más preferible que los representantes cuenten con sus estudios universitarios y así cuenten ya con la información adecuada sobre gestión de calidad y como aplicarlo en la empresa.

- ✓ Con respecto a la profesión de los representantes, el 67% manifestaron que su profesión son otras respecto a licenciado en administrador y contador público, y el 33% son licenciados en administración (**ver gráfico 5**). Este resultado indica que los representantes tienen otras profesiones y no las indicadas como la administración o contabilidad para el mejor control y manejo de la empresa. Como aportación personal; los representantes deben ser personas preparadas con las carreras profesionales indicadas ya que están preparadas profesionalmente para enfrentar cualquier reto empresarial.

#### Respecto a la empresa

- ✓ el 67% de los representantes encuestados del rubro hoteles ecológicos, señalan que el cargo que desempeñan en la empresa son administradores, el 17% son dueños de la empresa y el otro 17% son representantes legales (**ver gráfico 6**). Este resultado es aceptable ya que tienen la potestad de dirigir el correcto manejo de gestión de calidad y atención al cliente además son responsables de ver la buena atención que se brinde a los huéspedes dentro del hotel.

- ✓ El 67% de las empresas tienen de 5 años a más de permanencia en la actividad y rubro al que se dedican, el 17% de los representantes tienen de 3 a 4 años y el otro 17% tiene de 1 a 2 años (**ver gráfico 7**). Este resultado es muy bueno ya que les ha permitido ganar mercado, experiencia y posicionamiento ante su competencia, mientras el hotel tenga más años dentro del mercado, va a tener más experiencia, hecho que le permitirá tomar decisiones a futuro.
  
- ✓ el 50% de los representantes tiene de 6 a más colaboradores permanentes y el otro 50% tiene de 1 a 5 colaboradores (**ver gráfico 8**). el número de colaboradores de cada hotel ecológico dependerá de su tamaño, es preferible tener una cierta cantidad de trabajadores para delegar responsabilidades y estas sean cumplidas con total eficiencia.

Respecto a la gestión de calidad.

- ✓ Con respecto a las técnicas de gestión empresarial el 67% de los representantes de los hoteles ecológicos conoce pocos, el 17% conoce muchos y el otro 17% no conoce técnicas de gestión empresarial (**ver gráfico 9**). Del resultado se puede deducir que la Situación es muy preocupante ya que el conocimiento respecto a este tema debe ser de conocimiento amplio para poder dirigir adecuadamente, solucionar los problemas que se presenten y alcanzar los objetivos trazados. (**Mateo, J. 2010**) donde menciona que la implementación de un sistema de gestión

*de calidad puede traerle grandes beneficios a una organización, cuando esta lo hace con un alto nivel de compromiso por parte de la alta dirección.*

- ✓ El 50% de los encuestados del rubro hoteles ecológicos, conocen como técnica de gestión empresarial la mejora continua, el 33% conoce el planeamiento estratégico y el 17% la lluvia o tormenta de ideas (**ver gráfico 10**). en base a estos resultados se puede deducir que los representantes de los hoteles ecológicos ponen mayor atención a la mejora continua. (**Álvarez, M. 2006**) *donde menciona que el mayor peligro al que se enfrenta una organización es ella misma. su miopía ante las distintas actitudes que los ciudadanos puedan adoptar o su capacidad para anticiparse y/o adaptarse a los deseos de sus clientes.*
  
- ✓ El 50% de los encuestados del rubro hoteles ecológicos se presentan ante sus colaboradores como líderes y el 50% se presenta como colaboradores (**ver gráfico 11**). En base a estos resultados se puede deducir que siempre es bueno mostrarse como un verdadero líder, mostrar entusiasmo ante los demás para lograr los objetivos, buscar nuevas perspectivas, colaborar con los trabajadores mostrándoles cómo desarrollar correctamente sus actividades.
  
- ✓ el 67% de los encuestados del rubro hoteles ecológicos usan las tecnologías de la información y las comunicaciones en gestión empresarial para mejorar la calidad de sus servicios, el 33% no usa las tic, (**ver gráfico 12**). En base a estos resultados se puede deducir que es muy bueno ya que las tic agregan valor a las actividades

operacionales y de gestión empresarial en general y permite a las empresas obtener ventajas competitivas, permanecer en el mercado y centrarse en su negocio, **(Aguilar, M. 2017)** *donde menciona que hoy en día hay múltiples posibilidades y oportunidades de innovación en hoteles. una de ellas es el uso de plataformas colaborativas tales como tripadvisor, booking o airbnb, que ya son aplicaciones del día a día para la mayoría de usuarios de hoteles.*

- ✓ el 100% de los encuestados del rubro hoteles ecológicos percibe que aplicar una gestión de calidad en su negocio le proporciona resultados que le ayuda a lograr sus objetivos, **(ver gráfico 13)**. En base a los resultados se puede deducir que los representantes son concientes de lo positivo que es llevar una buena gestión de calidad. **(Mateo, José. 2010)** *Donde menciona que la gestión de calidad ayuda a lograr la calidad de los productos o servicios que se ofrecen al cliente, es decir, es planear, controlar y mejorar aquellos elementos de una organización que influyen en el cumplimiento de los requisitos del cliente y en el logro de la satisfacción del mismo.*

- ✓ El 67% de los encuestados del rubro hoteles ecológicos obtuvieron clientes satisfechos aplicando la gestión de calidad y el 33% obtuvo como objetivo logrado aumento de venta de sus servicios. **(ver gráfico 14)**. En base a los resultados se puede deducir que los representantes están logrando su mayor objetivo que es obtener clientes satisfechos con el servicio que les brindan. **(Mateo, J. 2010)** *Donde menciona que un sistema de gestión de calidad ayuda a que la organización*

*planifique sus actividades en base a los requisitos de los clientes, hay que recordar que la calidad no es solo cumplir requisitos, sino de tener clientes satisfechos.*

#### Respecto a atención al cliente

- ✓ El 50% de los encuestados del rubro hoteles ecológicos capacito a su personal en el 2016 y el 50% capacito a su personal en el 2017 (**ver gráfico 15**). En base a los resultados se puede deducir que los representantes de las empresas no están capacitando a su personal cada año, (**Seminarios en línea, Osteltur. 2016**) *Menciona que para la mayoría de las empresas turísticas, los clientes son los principales motivadores de las innovaciones, seguidos de las fuentes internas de innovación (los empleados, el equipo directivo y la práctica diaria del negocio).*
  
- ✓ El 83% de los encuestados evalúa la satisfacción de los huéspedes en la atención que brindan, y el 17% no lo hacen. (**ver gráfico 16**). En base a los resultados se puede deducir que los representantes si están evaluando a sus huéspedes hecho que les resulta muy beneficioso para que conozcan el grado que satisfacción con la que se están retirando, y ayude a la mejora de la atención que están ofreciendo. (**Pizzo, M. 2013**). *Menciona que la calidad del servicio es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores.*

- ✓ el 83% de los encuestados menciona que su empresa actualiza las estrategias de servicio según los gustos y preferencia del cliente y el 17% no lo hace. **(ver gráfico 17)**. En base a los resultados se puede deducir que los representantes si actualizan sus estrategias de servicio teniendo en cuenta los aportes que los huéspedes les brindan. **(Carrasco, 2013)** *Menciona que la atención al cliente es una función fundamental de la empresa que consiste en trasladar la totalidad de sus productos y servicios, de manera que el cliente resulte totalmente satisfecho con la prestación del servicio y del producto recibido.*
  
- ✓ el 100% de los encuestados del rubro hoteles ecológicos han implementado las redes sociales para ofrecer los servicios que brindan. **(ver gráfico 18)**. En base a los resultados se puede deducir que los representantes están optando por ofrecer sus servicios por medio de las redes sociales que en estos tiempos son la mejor opción para llegar a tu público objetivo. **(Seminarios en línea, Osteltur. 2016)** *Menciona que las tecnologías acapararon la mayor parte de la inversión en innovación, seguidas de la formación de las personas y la reducción de costes.*
  
- ✓ El 100% de los encuestados menciona que su negocio es formal **(ver gráfico 19)**. En base a los resultados se deduce que los representantes están aportando mucho interés en el tema de la formalización de sus empresas, **(Aguilar, M. 2017)** *Menciona que los retos que enfrenta en la actualidad el tema hotelero son la*

*informalidad, la falta de políticas públicas regionales y comunales de fomento del turismo.*

- ✓ El 100% de los encuestados considera que la formalización contribuye a su negocio haciéndose notas su presencia a través de sus servicios (**ver gráfico 20**). En base al resultado se puede deducir que los representantes si consideran que la formalización les trae muchos beneficios, esto también les permite ser reconocido ante los clientes, sociedad y ciudad como un gran hotel que cumple con sus obligaciones como empresa ante el estado.

## VI. CONCLUSIONES

- ✓ Las Mypes rubro hoteles ecológicos del sector Pucallpa 2017 si capacita a su personal pero no cada año, hecho que trae cierta disminución en la actualización de los conocimientos adquiridos por los colaboradores de las empresas, sin embargo existe un alto porcentaje en los resultados obtenidos respecto a los clientes satisfechos con el servicio que brindan.
- ✓ Las Mypes rubro hoteles ecológicos del sector Pucallpa 2017 no cumplen adecuadamente con la gestión de calidad ya que conocen poco al respecto, haciéndose complicada la aplicación de la misma en la empresa, cabe recalcar que esto sucede porque el alto porcentaje de los representantes no tienen como profesión las carreras profesional aptas para cumplir el rol de administrador.

### 6.1. RECOMENDACIONES

- ✓ Las Mypes rubro hoteles ecológicos del sector Pucallpa 2017 deben capacitar a su personal cada año para ir actualizando la información adquirida de los empleados de la empresa, utilizar métodos dinámicos y específicos para evaluar la satisfacción de los clientes y tener un resultado la cual nos permita ir mejorando los servicios de atención al cliente.
- ✓ Las Mypes rubro hoteles ecológicos del sector Pucallpa 2017 deben tomar con mucha más seriedad e interés el buen manejo de la gestión de calidad y atención al cliente para obtener mayor reconocimiento ante su competencia, mayor mercado (preferencia por los huéspedes).

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

**Sanz, D. (2010) ECOLOGES, HOTELES ECOLÓGICOS. Página en línea Ecologismo. Recuperado de: <https://ecologismos.com/ecolodges-hoteles-ecologicos/#comment-25528>**

**Aguilar, M. (2017) ÚRSULA VERA HERNÁNDEZ: SE ESTÁN APLICANDO CRITERIOS ECOLÓGICOS EN LA GESTIÓN DE HOTELES. Diario correo. Recuperado de: <https://diariocorreo.pe/perfiles/ursula-vera-hernandez-se-estan-aplicando-criterios-ecologicos-en-la-gestion-de-hoteles-765380/>**

**Karger, M. (2011) HOTELES ECOLOGICOS. Blog innovación hotelera. Recuperado de: <http://innovacionhoteleria.blogspot.pe/2011/10/hoteles-ecologicos.html>**

**Seminarios en línea Hosteltur (2016) INNOVACIÓN TURÍSTICA. Revista Hosteltur.com Recuperado de: [https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=11&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwj6nqmZ\\_8vWAhUOfiYKHQpgCCkQFghXMAo&url=https%3A%2F%2Fwww.hosteltur.com%2Fweb%2Fuploads%2F2016%2F02%2FHosteltur-Innovacion-Turistica-032016.pdf&usg=AOvVaw2ckhYvRtVGTQU7OfeduGM-](https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=11&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwj6nqmZ_8vWAhUOfiYKHQpgCCkQFghXMAo&url=https%3A%2F%2Fwww.hosteltur.com%2Fweb%2Fuploads%2F2016%2F02%2FHosteltur-Innovacion-Turistica-032016.pdf&usg=AOvVaw2ckhYvRtVGTQU7OfeduGM-)**

**Baz, J. (2017) JOSÉ KOECHLIN, FUNDADOR DE INKATERRA, EL GRAN REFERENTE PERUANO DE LA HOTELERÍA DE LUJO ECOLÓGICO Y SOSTENIBLE. Blog Hoteles Ecológicos Perú. Recuperado de:**  
<http://hotelperunews.com/tag/hoteles-ecologicos-peru/>

**Revista Los Andes (2011, octubre 26) BACKUS IMPLEMENTA ECOPARQUE VIVE RESPONSABLE EN PUCALLPA. Recuperado de:**  
<http://www.losandes.com.pe/Sociedad/20111026/57238.html>

**Grijalba, C. (2017) CENTRO TURÍSTICO Y TERAPÉUTICO EN PUCALLPA. Repositorio Académico UPC. Recuperado de:**  
<http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/handle/10757/621087>

**Mateo, J. (2010). SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD. Artículo Getiópolis. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/sistemas-gestion-calidad/>**

**Huarcaya, R. (2012) INVESTIGACIÓN DE LA MYPES, Sitio Web Scribd. Recuperado de: <https://es.scribd.com/doc/81383451/TRABAJO-MYPES>**

**López, M. (2013), IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL CLIENTE. Revista El Buzón de Pacioli del Instituto Tecnológico de Sonora.**

**Recuperado**

**de:**

<http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>

**Pizzo, M. (2013) PLAN DE MEJORAMIENTO EN LA CALIDAD DE SERVICIO**

**AL CLIENTE. Sitio Web Scribd. Recuperado de:**

<https://www.gestiopolis.com/plan-de-mejoramiento-en-la-calidad-del-servicio-al-cliente-inmediato-y-simple/>

**Enciclopedia en la red Ecured (2017) CONCEPTO DE HOTEL ECOLÓGICO.**

**Recuperado de:** [https://www.ecured.cu/Hotel\\_ecol%C3%B3gico](https://www.ecured.cu/Hotel_ecol%C3%B3gico)

**Díaz, M. (2016) PROPUESTA DE ADMINISTRACIÓN DE ÁREAS OPERATIVAS DEL ECOLODGE HUACA DE PIEDRA DISTRITO DE ILLIMO, 2015". Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.**

**Recuperado**

**de:**

<https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/15ed121fda5d1d42?projector=1>

**Sistema Comunitario de Gestión y Auditoria Medioambientales, (2017). CINCO**

**IDEAS EXCELENTES PARA IMPRESIONAR A LOS HUÉSPEDES DE**

**SU HOTEL. Sitio Web Comisión Europea. Recuperado de:**

<http://ec.europa.eu/environment/emas/takeagreenstep/01-article-es.html>

Ibarrola, J. (2006). INTRODUCCIÓN A LA CALIDAD, APROXIMACIÓN A LOS SISTEMAS DE GESTIÓN Y HERRAMIENTAS DE CALIDAD. Revista en línea Academia EDU. Recuperado de: [http://www.academia.edu/13639200/INTRODUCCI%C3%93N\\_A\\_LA\\_CALIDAD\\_Aproximaci%C3%B3n\\_a\\_los\\_Sistemas\\_de\\_Gesti%C3%B3n\\_y\\_Herramientas\\_de\\_Calidad](http://www.academia.edu/13639200/INTRODUCCI%C3%93N_A_LA_CALIDAD_Aproximaci%C3%B3n_a_los_Sistemas_de_Gesti%C3%B3n_y_Herramientas_de_Calidad)

Carrasco, S. (2013). COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN HOTELERÍA Y TURISMO. S.A. Ediciones Paraninfo. Recuperado de: <https://www.casadellibro.com/libro-comunicacion-y-atencion-al-cliente-en-hosteleria-y-turismo/9788428329668/2114024>

Serna, H. (2006). SERVICIO DE ATENCION AL CLIENTE. Web Blogger. Recuperado de: <http://importacionesan.blogspot.pe/2011/05/marco-teorico.html>

Saboya, A. (2016). CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO, LA CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO-RUBRO HOTELES ECOLÓGICOS DEL DISTRITO DE YARINACocha-PROVINCIA DE CORONEL PORTILLO, PERIODO 2014-2015. Biblioteca Virtual Uladech. Recuperado de: [file:///C:/Users/USER/Downloads/Uladech\\_Biblioteca\\_virtual%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20(1).pdf)

**Vicuña, M. (2015) CALIDAD EN ATENCIÓN Y LA LEALTAD DE LOS  
CLIENTES EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR  
SERVICIOS - RUBRO HOSTALES DE TRES ESTRELLAS DEL  
DISTRITO DE HUANCHACO, 2015. Biblioteca Virtual Uladech.  
Recuperado de:  
[file:///C:/Users/USER/Downloads/Uladech\\_Biblioteca\\_virtual%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20(2).pdf)**

**Adriano, J. Tejo, J. (2017) PLAN DE NEGOCIO PARA UN PROYECTO  
HOTELERO ECOLÓGICO Y AUTO SOSTENIBLE EN LA COSTA  
NORTE DEL PERÚ. Repositorio Académico. Recuperado de:  
<https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/15ed10ae284482c5?projector=1>**

# ANEXOS

a) Cuestionario



## UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y

ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominada “gestión bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el rubro hoteles ecológicos, sector Pucallpa 2017.”

ENCUESTA

“La información que usted nos proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración”.

Encuestado:

(a):.....

Fecha:...../...../.....

### DATOS GENERALES

#### **A. Del Representante:**

1. Edad: ..... años
2. Sexo:            Masculino ( )            Femenino ( )
3. Estado Civil: Casado ( )            Soltero ( )            Divorciado ( )
4. Grado de instrucción:
 

Sin Instrucción	( )	Universitarios	( )
Estudios Básicos	( )	Postgrado	( )
Estudios Técnicos	( )		
5. ¿Cuál es su profesión?
 

Lic. Administración	( )	Otro.....	( )
Contador Público	( )		

**B. De La Empresa:**

6. ¿Cuál es el cargo que desempeña en la empresa?
 

Dueño ( )	Administrador ( )	Representante Legal ( )
-----------	-------------------	-------------------------
7. ¿Cuántos años de permanencia tiene en la actividad y en el rubro?
 

De 1 a 2 años ( )	de 3 a 4 años ( )	de 5 años a mas ( )
-------------------	-------------------	---------------------
8. ¿Con cuántos colaboradores permanentes cuenta la empresa?
 

De 1 a 5 ( )	de 6 a más ( )
--------------	----------------

**C. De La Gestión De Calidad:**

9. ¿Conoce técnicas de gestión empresarial?
 

Sí muchos ( )	conozco pocos ( )	No conozco ( )
---------------	-------------------	----------------
10. ¿Cuáles?
 

Planeamiento estratégico	( )	Ingeniería de Procesos	( )
--------------------------	-----	------------------------	-----

Mejora continua ( ) Lluvia o tormenta de ideas ( )

11. ¿Cómo se presenta ante sus colaboradores?

Líder ( ) Jefe ( ) Colaborador ( )

12. ¿Usa las TIC en gestión empresarial para mejorar la calidad de su Servicio?

Sí ( ) No ( )

13. ¿Percibe que aplicar una gestión de calidad en su negocio le proporciona resultados que le ayuda a lograr sus objetivos?

Si ( ) No ( )

14. ¿Qué objetivos ha logrado aplicando la gestión de calidad?

Aumento de ventas ( ) Abrir nuevos locales ( )

Clientes Satisfechos ( ) Ninguna de las anteriores ( )

#### **D. Atención al Cliente:**

15. ¿Cuántas veces al año el negocio capacitó al personal para mejorar la calidad en la atención al cliente?

2016 ( ) veces 2017 ( ) veces

16. ¿Evalúa usted el nivel de satisfacción de los huéspedes en la atención que brinda su personal?

Si ( ) No ( ) A veces ( )

17. ¿Su empresa actualiza las estrategias de servicio, según los gustos y preferencias del cliente?

Si ( ) No ( )

18. ¿Ha implementado en su empresa ofrecer los servicios que brinda con ayuda de las redes sociales?

Si ( )

No ( )

**D. De la Formalización:**

19. ¿Su negocio es formal?

Sí ( )

No ( )

20. ¿Considera que la formalización contribuye a su negocio haciéndose notar su presencia a través de sus servicios?

Sí ( )

No ( )

Pucallpa, Noviembre 2017

b). Presupuesto

<b>RUBRO</b>	<b>GASTOS (S/.)</b>
<b>Movilidad</b>	<b>S/. 80.00</b>
<b>Refrigerio</b>	<b>S/. 55.00</b>
<b>Material de escritorio</b>	<b>S/. 12.00</b>
<b>Fotocopias</b>	<b>S/. 15.00</b>
<b>Otros gastos</b>	<b>S/. 10.00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 172.00</b>

c). Cronograma

INICIO de clases 15 de julio de 2017		
<b>Julio</b>	<b>Sábado 15</b>	Bienvenida al Taller a participantes Fases del Taller Lineamientos de Investigación Título de la Investigación
	<b>Sábado 22</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planteamiento del problema:</li> <li>• Caracterización</li> <li>• Enunciado</li> <li>• Objetivos de la investigación</li> <li>• Justificación de la investigación</li> </ul>
<b>Agosto</b>	<b>Sábado 05</b>	Revisión de Literatura Marco teórico y conceptual: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Antecedentes</li> <li>- Bases teóricas</li> <li>- Marco conceptual</li> </ul>
	<b>Sábado 12</b>	Hipótesis Metodología de investigación Referencias Bibliográficas <b>Subir a la plataforma el proyecto de investigación.</b> Elaboración Informe Final de Investigación
	<b>Sábado 19</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carátula</li> <li>• Hoja de jurado</li> <li>• Agradecimiento</li> <li>• Dedicatoria</li> <li>• Abstrac</li> <li>• Resumen</li> <li>• Introducción de la tesis (informe)</li> </ul>

	<b>Sábado 26</b>	Revisión de la Literatura <ul style="list-style-type: none"> <li>• Antecedentes</li> <li>• Bases teóricas</li> <li>• Marco Conceptual</li> <li>• Hipótesis</li> </ul>
<b>Setiembre</b>	<b>Sábado 02</b>	Metodología de investigación
	<b>Sábado 09</b>	Resultados de investigación <ul style="list-style-type: none"> <li>• Resultados</li> </ul>
	<b>Sábado 16</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de Resultados</li> </ul>
	<b>Sábado 23</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conclusiones, Recomendaciones</li> </ul>
	<b>Sábado 30</b>	Artículo científico Ponencia de Sustentación (Diapositivas)
<b>Octubre</b>	<b>Sábado 07</b>	Revisión en el Turnitin
<b>Noviembre</b>	<b>sábado 11</b>	Mejoramiento de IF con respecto a los resultados del Turnitin

## FOTOGRAFIAS



Foto 1: Hotel Amazon City Ecolodge.



Foto 2: Administrador del hotel, sr. Walter Gómez



**Foto 3: Hotel Ecológico Manish**



**Foto 4: Administrador del hotel, Fidel Quispe**



**Foto 5: hotel ecolodge del abuelo**



**Foto 6: Representante legal del hotel, Fanny Soto**



Foto 7: los Delfines Ecológicos



Foto 8: Dueña del hotel, June Silva