



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 “BUENOS AIRES” DE LA CIUDAD DE NUEVO
CHIMBOTE, UTILIZANDO ESTÁNDARES DERIVADOS DE
LAS BUENAS PRÁCTICAS, 2014”

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

AUTORA:

BR.ROSSYMARY YESSSENIA LARA SOTO

ASESORA:

LIC. NARDA KARINA CHAVÉZ PRÍNCIPE

CHIMBOTE – PERÚ

2016

JURADO EVALUADOR

MBA. Santos Felipe Llenque Tume

Presidente

Mgtr. Carlos Enaldo Rebaza Alfaro

Secretario

Mgtr. Miguel Ángel Limo Vásquez

Miembro

Lic. Narda Karina Chávez Príncipe

Asesora

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios, pues sin él nada sería posible. A mis padres y hermanos; Ramos Lara Cardoso, Olga soto Valverde, Yhaneth y Jhonatan Lara Soto, por su constante motivación y apoyo.

A la universidad Católica los Ángeles de Chimbote por haber permitido mi formación profesional en sus aulas.

A los docentes de la Carrera Profesional de Administración Turística, Lic. Narda Chávez, Lic. Luz Asencio, Lic. Zandra Cachay, y Lic. Jorge García quienes sembraron en mi sus conocimientos y experiencias que fructificarán en mi vida profesional.

Además quiero agradecer al señor Máximo Pastor propietario del hotel “Buenos Aires”, y a su equipo de colaboradores por su disponibilidad en cada uno de las etapas de la investigación .

DEDICATORIA

A Dios- Padre, Hijo y Espíritu Santo- por el privilegio de estudiar una carrera profesional y permitirme llegar a este momento tan especial para mí, por los logros y las dificultades; que he atravesado y me han enseñado la esencia de la vida.

A mis padres, hermanos y verdaderos amigos, quienes fueron siempre mi motivación para cada logro.

Y a todos aquellos que emprenden un sueño y hacen lo necesario para hacerlo realidad

RESUMEN

La investigación realizada tuvo como objetivo evaluar la calidad del servicio del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas en el año 2014. La investigación fue cualitativa y cuantitativa, de nivel descriptivo, con un diseño de caso único transversal. La información presentada referente al hotel “Buenos Aires” fue obtenida a través de técnicas de investigación como la observación y la entrevista. La recolección de datos se dio en tres etapas: la primera consistió en la entrevista al 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 las encuestas a todo el personal de la empresa, que está conformado por 20 personas, 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, al equipamiento y la infraestructura, la gestión del servicio, la gestión medioambiental y la gestión sociocultural. El hotel “Buenos Aires” es una empresa con más de 20 años en el mercado, cuya oferta está dirigida al sector corporativo; los resultados obtenidos en la investigación mostraron que el hotel “Buenos Aires” cumple con el 81,3 % de los 284 estándares evaluados; sin embargo es necesario mejorar aspectos en la gestión administrativa y la gestión medioambiental para asegurar un servicio de calidad y con ello la satisfacción de los clientes

Palabras clave: *Evaluación, Calidad, Servicio, Hotel, Buenas Practicas.*

ABSTRACT

The research had as general objective to evaluate the quality of the service of the hotel "Buenos Aires" in Nuevo Chimbote, based on compliance with the standards derived from best practices in the year 2014. The research was qualitative and quantitative, descriptive level, with a transverse unique case design. The information presented concerning the hotel "Buenos Aires" was obtained through techniques such as observation and interview. Data collection took place in three stages: the first consisted of an interview with the manager of the company, who provided data regarding the history, organization, supply and demand of the company; in the second stage polls were applied to the staff of the company, which is comprised of 20 people, in order to obtain a profile of the staff; and in the third stage five observation guides were applied in order to assess the quality of service based on the fulfillment of standards derived from best practices, related to administrative management, to equipment and infrastructure, service management, environmental management and social and cultural management. The hotel "Buenos Aires" is a company with more than 20 years in the market, whose offer is directed at the corporate sector; the results of the research showed that the hotel "Buenos Aires" complies with 81.3% of the 284 evaluated standards; however, it is necessary to improve aspects of administrative management and environmental management to ensure a service of quality and customer satisfaction

Keywords: *Evaluation - Quality - Service - Hotel - Good Practices.*

CONTENIDO

	PÁG.
Jurado evaluador	ii
Agradecimiento	iii
Dedicatoria	iv
Resumen.....	v
Abstract	vi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	9
2.1.- El servicio de alojamiento	14
2.1.1.- Características del servicio de alojamiento	16
2.1.2.- Clasificación de los establecimientos de alojamiento	17
2.2.- La calidad en el servicio de alojamiento	25
2.2.1.- Tipos de calidad.....	28
2.2.2.- Evaluación de la calidad del servicio de alojamiento	29
2.3.- Marco normativo y estándares de calidad de los servicios de alojamiento	33
2.3.1.- Marco Normativo de las empresas de alojamiento a nivel nacional	33
2.3.2.- Estándares de calidad en el servicio de alojamiento	38
2.4.- Las buenas prácticas en el servicio de alojamiento	40
2.4.1.- Beneficios de las buenas prácticas	41
2.4.2.- Características de las buenas prácticas	43
2.4.3.- Estándares en el servicio de alojamiento derivados de las buenas prácticas	44
III. METODOLOGÍA	79
3.1.- Diseño de la investigación	79

3.2.- Caso.....	80
3.3.- Definición y operacionalización de las variables.....	80
3.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	83
3.5. - Plan de análisis.....	85
3.6.- Matriz de consistencia.....	84
IV. RESULTADOS	86
4.1.- Resultados	86
4.1.1.- Características del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014	86
4.1.1.1.- Organización del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014	92
4.1.1.2.- Perfil del personal Perfil del personal del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote en el año 2014	99
4.1.2.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.	108
4.1.2.1.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión Administrativa en el hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.	108
4.2.2.2 .-Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de Servicio en el hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.	118
4.1.2.3.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a equipamiento e infraestructura en el hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.	130
2.1.2.4.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión medioambiental en el hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.	140
4.1.2.5.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión sociocultural en el hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014. ..	146

4.1.2.6.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en el “hotel Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.....	149
4.2.- Análisis de Resultados	152
V. CONCLUSIONES	159
Referencias Bibliográficas.....	161
Anexos.....	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Perfil del personal del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.....	100
Tabla 2: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión administrativa en el hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.....	110
Tabla 3: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al equipamiento e infraestructura en el hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.....	120
Tabla 4: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión del servicio en el hotel “Buenos Aire” de Nuevo Chimbote, 2014.....	131
Tabla 5: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión medio ambiental en el hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.....	141
Tabla 6: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la Gestión socio cultural en el hotel “Buenos Aire” de Nuevo Chimbote, 2014.....	147
Tabla 7: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en el hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.....	149

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Propuesta de organigrama del hotel” Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.....	94
Figura 2: Sexo del personal del hotel” Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.....	102
Figura 3: Procedencia del personal del hotel” Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.....	103
Figura 4: Edad del personal del hotel” Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.....	104
Figura 5: Nivel de estudios del personal del hotel” Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.....	105
Figura 6: Especialidad vinculada con el puesto de trabajo del personal del hotel” Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.....	106
Figura 7: Área del personal de desempeño del hotel” Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.....	107
Figura 8: Tiempo que labora el personal en el hotel” Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.....	108
Figura 9: Capacitación del área del personal en el hotel” Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.....	109
Figura 10: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la planificación en el hotel” Buenos Aires”	111
Figura 11: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la organización en el hotel” Buenos Aires”	112

Figura 12: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de calidad en el hotel” Buenos Aires”	113
Figura 13: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de recursos humanos en el hotel” Buenos Aires”.....	114
Figura 14: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de suministros y proveedores en el hotel” Buenos Aires”.....	115
Figura 15: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto la gestión de seguridad en el hotel” Buenos Aires”.....	116
Figura 16: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión financiera y contable en el hotel” Buenos Aires”	117
Figura 17: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión administrativa en la gestión de comunicación y marketing en el hotel” Buenos Aires”	118
Figura 18: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a reservas en el hotel” Buenos Aires”.....	121
Figura 19: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la atención del teléfono	122
Figura 20: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a ingreso del huésped	123
Figura 21: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a estadía en el hotel” Buenos Aires”	124
Figura 22: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a salida del huésped.....	125
Figura 23: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a limpieza de habitaciones	126

Figura 24: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a limpieza de áreas comunes	127
Figura 25: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a preparación de alimentos y bebidas	128
Figura 26: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a servicios de alimentos y bebidas	129
Figura 27: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a mantenimiento en el hotel” Buenos Aires”	130
Figura 28: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al exterior en el hotel” Buenos Aires”	132
Figura 29: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a recepción en el hotel” Buenos Aires”	133
Figura 30: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a áreas comunes.....	134
Figura 31: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a oficinas en el hotel” Buenos Aires”	135
Figura 32: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a habitaciones.....	136
Figura 33: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a almacén de pisos en el hotel” Buenos Aires”	137
Figura 34: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a comedor en el hotel” Buenos Aires”	138
Figura 35: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a cocina en el hotel” Buenos Aires”	139

Figura 36: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a área del personal’	140
Figura 37: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al uso de agua en el hotel’ Buenos Aires”	142
Figura 38: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al uso de energía.....	143
Figura 39: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a consumo de productos en el hotel’ Buenos Aires”.....	144
Figura 40: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a gestión de recursos.....	145
Figura 41: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a adaptación al medio en el hotel’ Buenos Aires”.....	146
Figura 42: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a apoyo a la cultura en el hotel’ Buenos Aires”	147
Figura 43: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a el apoyo a la comunidad local en el hotel’ Buenos Aires”.....	148
Figura 44: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en el hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.	150
Figura 45: Cumplimiento general de estándares derivados de las buenas prácticas en el hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.....	151

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Clasificación y categorización de establecimientos de hospedajes.....	18
Cuadro 2: Requisitos mínimos de hoteles de tres estrellas	36
Cuadro 3: Tarifario del servicios de alojamiento del hotel “Buenos Aires”.....	88

ÍNDICE DE IMÁGENES

Fotografía 1: Habitación simple del hotel” Buenos Aires”.....	88
Fotografía 2: Habitación doble del hotel” Buenos Aires”.....	88
Fotografía 3: Lado derecho del restaurante del hotel” Buenos Aires”.....	89
Fotografía 4: Salón de eventos del hotel” Buenos Aires”.....	90
Fotografía 5: Piscina del hotel” Buenos Aires”.....	91
Fotografía 6: Huésped del hotel” Buenos Aires””.....	92
Fotografía 7: Cochera del hotel” Buenos Aires”.....	217
Fotografía 8: Patio del hotel” Buenos Aires”.....	217
Fotografía 9: Turistas en la sala del hotel” Buenos Aires”.....	218
Fotografía 10: Frontis del hotel” Buenos Aires”.....	218

I. INTRODUCCIÓN

Las empresas de alojamiento forman parte de la planta turística o sector productivo de la actividad turística; siendo indispensables para el desarrollo de la actividad, ya que posibilitan la permanencia de los turistas en los destinos turísticos y la práctica de las diversas actividades que han motivado su traslado.

Un aspecto fundamental en la gestión de estas empresas es la calidad, en ese sentido Soft (2014), menciona que la calidad se ha convertido en la estrategia principal para las empresas turísticas, un elemento diferenciador dentro del agudo ambiente competitivo que predomina en el sector. Desde hace algunos años el sector turístico se halla inmerso en un proceso de cambio que ha convertido a la calidad en uno de los elementos más preciados tanto por los turistas como por las organizaciones turísticas (p.12).

En este contexto la calidad en los servicios está ocupando un lugar primordial, asociado a los cambios que se vienen operando en el mercado, transformándose en un factor competitivo para las pequeñas y medianas empresas y propiciando que se utilicen instrumentos o herramientas que permitan garantizar la calidad lo que solo se puede conseguir en forma estable, sistemática y continua a través de su adecuada gestión.

Así mismo es imprescindible para las empresas de alojamiento contar con un sistema que provea información constante, clara, fluida y fidedigna y un seguimiento continuo de cada uno de los actores que intervienen. Para corregir errores, valorar esfuerzos y subsanar situaciones problemáticas. Este es un gran paso hacia la concreción de ese objetivo siempre instalado en el horizonte que nos lleva a ser mejores cada día, en atención y servicio es la calidad.

Con la finalidad de mejorar la calidad de las empresas turísticas se vienen sistematizando y difundiendo tanto en nuestro país como en otros contextos las buenas prácticas, las que

consisten en acciones o formas de hacer que han demostrado efectividad en su aplicación, muchas de ellas no requieren de grandes inversiones siendo factible su aplicación en empresas pequeñas; la aplicación de las buenas prácticas aportan beneficios tanto a la empresa, sus clientes, al medio ambiente y a la sociedad.

En Perú en los últimos años se observa un notable crecimiento de la oferta hotelera, al respecto Ministerio de Comercio Exterior y Turismo-MINCETUR (2011), indica que el Perú en el año 2010 contaba con una capacidad de oferta de establecimientos de alojamiento colectivo clasificado y categorizado de tres estrellas con un número de 567 establecimientos. De los cuales la mayoría se ubicaban en Lima, La Libertad, Cuzco y Arequipa. Posteriormente en el año siguiente el sector hotelero creció hasta en 4%.

Según estimaciones de la Sociedad de Hoteles del Perú – SHP (2014), durante los próximos cuatro años se edificarán en nuestro país 102 hoteles de categorías entre tres y cinco estrellas, por un monto de inversión de US\$1.211 millones.

Por la confirmación de una serie de eventos internacionales de máxima envergadura, como el Foro de Cooperación Asia Pacífico (Apec), en el 2016, la Cumbre de las Américas, en el 2018, y los Juegos Panamericanos, en el 2019, se garantiza la demanda por las 7.676 nuevas habitaciones que traerán consigo los nuevos hoteles. La región centro, liderada por Lima, albergará 53 de estos nuevos proyectos, mientras que la región sur, liderada por Arequipa y el Cusco, sumará otros 28 establecimientos. La región norte, con el circuito que une a Trujillo, Chiclayo, Piura y Tumbes, cerrará el círculo con 21 nuevos hoteles.

Por otro lado, MINCETUR en el Plan Estratégico Nacional de Turismo (2008-2018) – PENTUR, presentó un conjunto de debilidades del producto turístico, del cual forman parte las empresas de alojamiento, dentro de las que tenemos el escaso número y variedad en la oferta de alojamientos turísticos, insuficiente fiscalización por parte de las autoridades competentes, concentración de la oferta turística en el sur del país, escaso

nivel de asociatividad en el sector empresarial, falta de innovación en la conformación de la oferta turística; siendo el 90% prestadores de servicios turísticos en el Perú pyme con bajo nivel tecnológico y de inversión. Esta situación se agrava más cuando la concentración de los alojamientos turísticos solo se encuentran en determinado núcleos de población en el país, donde campea la escasez de mano de obra calificada, incapaz de adecuarse a las necesidades del sector turístico y la falta de responsabilidad social empresarial que agudizan la situación existente en los servicios de alojamiento en el país.

El Estado a través de organismos oficiales como MINCETUR viene llevando a cabo estrategias para poder resolver las deficiencias identificadas en las empresas turísticas y de este modo permitir satisfacer las expectativas de los clientes del servicio y también asegurar la rentabilidad de la empresa y su permanencia en el mercado, aunque cabe resaltar que estas iniciativas se concentran en zonas que se han priorizado, impidiendo que podamos hablar de una calidad homogénea en la prestación del servicio de alojamiento en el país.

Una de las estrategias que están dirigidas a empresas hoteleras que tengan de una hasta tres estrellas es la aplicación de las buenas prácticas; MINCETUR (2011), otorga un reconocimiento a los prestadores de servicios turísticos que aplican los Manuales de Buenas Prácticas (MBP), desarrollando y cumpliendo satisfactoriamente con cada una de sus fases, son evaluados y monitoreados para verificar el nivel de aplicación de las buenas prácticas, el prestador que aplica el 80% de las buenas prácticas contenidas en el respectivo MBP, se hace acreedor a un sello de calidad de buenas prácticas por el MINCETUR y tiene vigencia de un año, renovable.

Además la empresa se beneficia con la difusión en la página Web del MINCETUR de todos los prestadores de servicios turísticos que hayan conseguido el reconocimiento de buenas prácticas. También el Directorio especializado con información amplia sobre los

prestadores de servicios turísticos que ostenten el reconocimiento y capacitación periódica en aspectos que contribuyan a la mejora continua.

Cabe resaltar que las buenas prácticas conllevan a la mejora continua de los servicios que se brindan día a día, aplicando parámetros de calidad para lograr productividad y la satisfacción del cliente y traen consigo beneficio tanto para el empresario, los clientes, medio ambiente y la sociedad en general, por lo cual las razones para su implantación en las empresas de alojamiento quedan suficientemente justificadas.

Como ya se ha indicado, las tendencias de crecimiento de la actividad turística son positivas, lo cual significa beneficios para las empresas turísticas y también un reto, puesto que la demanda proveniente del exterior suele ser más exigente en cuanto a la calidad.

Según MINCETUR (2012), en el año 2011 llegaron 2,597 803 turistas extranjeros; quienes ocuparon el servicio de alojamiento en sus diferentes tipos y categorías para PROMPERU, (2011), uno de los tipos de alojamiento más empleados por los turistas extranjeros son los hoteles de tres estrellas (p. 9).

La demanda turística continuará creciendo en los próximos años, lo cual exige a las empresas de alojamiento cumplir con ciertos estándares de calidad permitiendo satisfacer a la demanda y contribuir a la imagen positiva del destino turístico.

Por otro lado en el plano local tenemos que el sector hotelero ha tenido un crecimiento importante en Nuevo Chimbote por los niveles de inversión que se han dado en los últimos cinco años, sin embargo la gran mayoría de los alojamientos no están gestionados por profesionales del sector. Así también hace falta mayor inversión en el mejoramiento de la infraestructura y la capacitación del personal, posibilitando mejorar la calidad del servicio.

Según La Dirección Sub Regional de Comercio Exterior y Turismo - Disrcetur (2014), actualmente la ciudad de Nuevo Chimbote cuenta con 6 hoteles (Remanso , Buenos Aires , Luxer , Maresta, Caale y Chelsi) categorizados entre dos y tres estrellas, y 96 hostales el 70% (64 hostales) formalizados y un 30% (32 hostales) aún por regularizar.

En las empresas de alojamiento de Nuevo Chimbote se evidencian problemas en la calidad del servicio, debido a que no aplican los manuales de las buenas prácticas, lo cual se agrava debido a la falta de inspecciones que se deben hacer periódicamente, y también a la poca rigurosidad con la que se realizan. No se cumple con las normas de seguridad, asimismo, se aprecia que no hay la suficiente inversión en infraestructura y equipamiento, tampoco una buena gestión empresarial, situación que debe ser solucionada para poder tener un mejor desempeño de las empresas y ofrecer un mejor servicio a los viajeros.

En una entrevista realizada a Miguel Zotel (2014), encargado de la área de turismo en la Municipalidad de Nuevo Chimbote, con respecto a las infracciones cometidas por los hostales tenemos: tarifas por horas, ingreso a menores de edad, no piden datos de los que se alojan, no cuentan con un libro de reclamos, no tienen las condiciones de salubridad (baños en mal estado, jabones reusados, sábanas y colchones sucios). Ante este problema la municipalidad primero realiza una inspección preventiva donde se hace conocer al dueño del alojamiento sus infracciones dándoles un plazo de 5 días para levantar dichas observaciones, si no se solucionan se aplica una multa, si no paga se clausura temporalmente el establecimiento y luego definitivamente. En respuesta a la competencia y alineamiento a las estrategias y políticas del ente rector de la actividad turística, se convierte en una necesidad para las empresas hoteleras realizar evaluaciones de la calidad de sus servicios, lo que permitirá detectar los aspectos en los que se está fallando y en base a ellas poder implementar estrategias de mejora.

El hotel “Buenos Aires” es un hotel de tres estrellas ubicado en una de las mejores zonas de Nuevo Chimbote, es una empresa familiar que gracias a sus más de 20 años en el sector ha logrado consolidarse en el mercado local; en la actualidad cuenta con dos establecimientos, ubicados en los distritos de Chimbote y en Nuevo Chimbote, orientados

a una demanda corporativa que busca brindar un buen servicio, la presente investigación se desarrolló en el hotel de Nuevo Chimbote. En base a la problemática planteada se formuló la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál es la calidad del servicio del hotel “Buenos Aires” de la ciudad de Nuevo Chimbote en base al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2014?

En este contexto la investigación ha tenido como objetivo general evaluar la calidad del servicio del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas, 2014; el que se ha cumplido a través de los siguientes objetivos específicos:

- a) Describir las principales características del hotel “Buenos Aires”, relacionadas a su historia, organización, oferta, demanda y perfil del personal.
- b) Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión administrativa del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.
- c) Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a equipamiento e infraestructura del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.
- d) Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión del servicio del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.
- e) Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión medioambiental del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.

f) Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión sociocultural del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.

En cuanto a la metodología, la investigación se ha desarrollado como un estudio de caso único descriptivo, obteniéndose datos de tipo cuantitativos y cualitativos; las técnicas empleadas han sido la entrevista, y la observación y los instrumentos que han permitido el registro de la información fueron la guía de entrevista, el cuestionario, las guías de observación, la libreta de campo y la cámara fotográfica. La recolección de datos se ha dado en tres etapas: entrevista al propietario de la empresa, aplicación de cuestionarios al personal tanto administrativo como operativo y aplicación de las guías de observación de cumplimiento de buenas prácticas.

Este informe consta de cinco capítulos: se presenta la introducción de forma general en el capítulo I, luego el marco teórico; que consta de los antecedentes y bases teóricas siendo parte del capítulo II, así mismo se presenta la metodología en el capítulo III, los resultados y la discusión en el capítulo IV y sobre esa base se muestran en el acápite siguiente las conclusiones en el capítulo V.

La investigación se justifica en la medida que los resultados han permitido conocer la realidad de la empresa con relación al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas, lo cual se constituye en el punto de partida para que el empresario pueda emprender acciones con el objetivo de mejorar la gestión de su empresa, asegurando la satisfacción del cliente, la rentabilidad y permanencia de la empresa en el mercado y también se estará contribuyendo a la consolidación de Nuevo Chimbote como un destino turístico competitivo.

Por otro lado los resultados presentados constituyen un aporte para aquellos investigadores interesados en el tema de la calidad en las empresas hoteleras a nivel

nacional, regional y local; además se constituirá en una utilidad para entidades públicas y privadas del turismo que requieran de información confiable que ayude a la toma de decisiones en el sector.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

En este capítulo se presentan los antecedentes vinculados con la variable de investigación tanto en el contexto internacional como nacional, también se incluyen las bases teóricas.

Benavides (2012), realizó una investigación titulada “Calidad y productividad en el sector hotelero” en Málaga, donde explica la importancia de una adecuada gestión, con respecto al desarrollo y aplicación de estándares de calidad en los establecimientos hoteleros, para incrementar la competitividad en el sector y la supervivencia de la empresa aumentando su economía de manera sostenible. Con este fin, se evalúa cual es la relación entre productividad y calidad del servicio a través del uso de modelos estratégicos para lograr una gestión de calidad total con el conjunto de normas ISO 9000 que cada vez están más orientados a la satisfacción de las expectativas y necesidades de los clientes. Llegando a la conclusión que el uso de la calidad en el sector hotelero es un método de gestión paradigmático que permite mejorar la competitividad de la empresa actuando sobre la calidad y la productividad.

Otro antecedente proveniente de Cuba, es la investigación “Sinopsis de la gestión ambiental aplicada en las empresas hoteleras cubanas.”, realizada por Laureano (2010), este presenta un plan de desarrollo sostenible en el sector hotelero, para los destinos de sol y playa. Con el objetivo de materializar la dimensión ambiental de la sostenibilidad, en estas entidades, y a partir de la promulgación de la legislación ambiental hotelera, se han desarrollado diferentes iniciativas de gestión ambiental empresarial, como el uso de las buenas prácticas ambientales, eco-etiquetas, y otorgarles una certificación; en conclusión la gestión ambiental empresarial en el sector hotelero se ha desarrollado tanto a nivel internacional como nacional y los hoteles cubanos cuentan con diferentes alternativas para emprender este camino, sin embargo, los modelos establecidos en el país no están articulados de forma efectiva y en ocasiones crean confusión en el empresariado.

En Argentina, la investigación “Sistemas de calidad en la gestión hotelera” realizada por Castellucci (2011), tuvo como propósito indagar en las empresas hoteleras el nivel de

calidad en que se encuentre su cultura ; e identificar cuáles son los factores determinantes en la toma de decisiones para la implementación de sistemas de gestión de calidad, desde un enfoque cualitativo, y tomando la modalidad de estudio de casos múltiples, se analizan en dieciocho empresas de servicios hoteleros, la cultura organizacional, donde se asienta la cultura de la calidad, y el perfil cultural de la alta dirección desde la perspectiva teórica del capital social. Teniendo como resultados del estudio que en las empresas hoteleras analizadas aún no está consolidada una cultura de calidad orientada hacia la excelencia. En tanto los componentes del capital social de estas empresas están limitando el desarrollo de esta cultura, donde el perfil cultural organizacional, y en menor medida el perfil cultural de la alta dirección, se constituye en uno de los principales factores condicionantes restrictivos para implementar sistemas de gestión hotelera basados en la calidad y buenas prácticas.

En el caso de Argentina, Buenos Aires, Beltriti (2005), realizó un trabajo de investigación denominado “Aspectos de la gestión de calidad en la industria Hotelera”, donde muestra la importancia para un empresario hotelero de conocer la aplicación de la gestión de calidad en la industria hotelera, porque implica la disminución de las quejas de huéspedes disconformes y la garantía de su satisfacción, de la misma manera representa incentivos para el personal, que a través de la capacitación crece profesionalmente y mejora su desempeño. Llegó a la conclusión que estos problemas pueden remediarse; estableciendo un sistema en el que toda la organización esté involucrada en la atención al cliente ya que la calidad es un sistema justo para todos, y es el resultado del esfuerzo de todos en hacer las cosas bien.

Touma, Valverde y Gutiérrez (2003), realizaron una investigación denominada “Manual de entrenamiento para mejorar la calidad en el servicio del departamento de recepción para hoteles de primera categoría de Guayaquil, Ecuador”; el tipo de investigación fue cuantitativo-descriptivo, con un diseño descriptivo simple. La población comprendió a todos los operadores de los hoteles y restaurantes turísticos de la ciudad de Guayaquil y se determinó como muestra a 280 operadores, y en los trabajadores de las empresas hoteleras, se detectaron las fallas que tienen al momento de brindar el servicio. Entre los

resultados más resaltantes tenemos que el 87,0% de los encuestados opinaron que es necesario mejorar y estandarizar el servicio hotelero; el 91,0% afirmaron que la estandarización permitirá una mayor fortaleza en el mejoramiento del turismo. Se concluye que al mejorar y estandarizar el servicio hotelero, se tendrá una fortaleza más para mejorar el turismo.

En el plano nacional se han logrado identificar las siguientes investigaciones:

Díaz (2010), planteó la investigación sobre “Gestión Estratégica y Calidad de Servicio en Hoteles Tres Estrellas” con el objetivo de realizar un análisis sobre la gestión estratégica y calidad de servicio, sostiene que al observar la forma de aplicación de la calidad de servicio hotelero peruano, se encontró con una aplicación de calidad que satisface los estándares, requerimiento y confort de los clientes. Sin embargo la gestión estratégica debe de verse desde el punto de vista administrativa gerencial que se vea influenciada en el manejo de la gestión estratégica del personal técnico-operario, pero estos a la vez deben de influenciar y mostrar el adecuado manejo de la gestión, reflejados en la calidad de servicios a los clientes, quienes determinan si la gestión estratégica es adecuada vista a través de la calidad de servicio. En los resultados el 90% de encuestados sostienen que los valores nucleares en el hotel son importantes y preponderantes; el 85% opinaron que la aplicación de estrategias gerenciales se orientan al cumplimiento de la misión; el 93% indicaron que la calidad del servicio satisface los estándares del requerimiento del cliente. La investigación concluye en que los valores nucleares dentro de la organización cumplen un papel muy importante y preponderante pero sin embargo la gestión estratégica no debe ser solamente desde el punto en que el nivel administrativo gerencial rija los parámetros de aplicación de estrategias definatorios para el cumplimiento de la misión.

Otra investigación a nivel nacional, en la ciudad de Lambayeque, titulada “Propuesta cualitativa de las cadenas de suministros y equipamiento para las empresas hoteleras de tres y cuatro estrellas como factor clave para su competitividad en la ciudad de Lambayeque” realizada por Ricales (2012), tiene como objetivo analizar la situación de las cadenas de suministros y equipamientos de las empresas hoteleras de 3 y 4 estrellas

como factor clave para su competitividad en la región Lambayeque, identificando en los hoteles: su abastecimiento, almacenamiento, producción del servicio y servicio al cliente, basados en (recepción, housekeeping y restaurante). Llegando a la conclusión que los actuales directivos tienen experiencia en el sector hotelero, sin embargo en la mayoría de casos la capacitación y especialización en la gestión de cadena de suministros equipamiento que exige el mercado hotelero puede ser ampliamente mejorada.

Así mismo Sanchés y Palomino (2004), en su investigación sobre “Los servicios turísticos en los hoteles y hostales de dos y tres estrellas” del Callejón de Huaylas y su incidencia en el nivel de satisfacción del turista nacional, sostienen que el propósito de esta investigación es conocer el nivel de calidad que recibe el turista por parte de los hoteles de dos y tres estrellas. El tipo de investigación fue explicativo, delimitaron una población, que comprendió a todos los turistas nacionales que arribaron al callejón de Huaylas de temporada alta Junio – Julio 2003 datos obtenidos por la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, considerados como muestra de estudio; y aplicaron los cuestionarios a los entrevistados. Para lograr los objetivos anteriormente expuestos evaluaron los hoteles de dos y tres estrellas del callejón de Huaylas y de esta manera se obtuvieron un servicio de nivel medio de calidad. Concluyen que más del 82% de los turistas nacionales que se hospedaron en los hoteles y hostales de dos y tres estrellas del Callejón de Huaylas muestran un nivel medio de satisfacción con respecto al servicio, el cual es equivalente a un ponderado 4,2; este resultado también refleja que las expectativas de los turistas han sido cubiertas.

Por otro lado Jiménez y Viera (2008), desarrollaron la investigación denominada “Innovaciones tecnológicas de alojamiento y la fidelidad del cliente en hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Huaraz”, que consistió en el análisis de la tecnología para la satisfacción plena del cliente y así lograr su fidelización, contando con la participación de los clientes nacionales y extranjeros del establecimiento; empleándose técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación directa y el análisis de documentos. La investigación concluye en que las innovaciones tecnológicas del servicio de alojamiento influyen directamente en la fidelidad del cliente en los hoteles de tres estrellas de la ciudad

de Huaraz. La tecnología hotelera influye en la satisfacción con el pago respecto al servicio que le brinda el hotel, de este modo se puede apreciar que la implementación y uso adecuado de la tecnología hotelera trae consigo una satisfacción y fidelización del cliente hacia el establecimiento hotelero.

Amado (2014), desarrolló la investigación denominada; “Evaluación de la calidad del servicio del hotel “El Patio de Monterrey de Huaraz”, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2014” , que tuvo como objetivo evaluar la calidad del servicio del hotel en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas en el año 2014. La investigación se desarrolló como un estudio de caso único, cualitativo y cuantitativo de nivel descriptivo. Se emplearon las técnicas de la entrevista y la observación, las que se apoyaron en el cuestionario, 5 guías de observación y la cámara fotográfica. La recolección de datos se ha dado en tres etapas: en la primera etapa se realizó una entrevista con el propietario obteniéndose información sobre la historia, organización, oferta y demanda de la empresa. En la segunda etapa se aplicó el cuestionario a todos los colaboradores del hotel para obtener un perfil y en la tercera etapa se aplicaron las cinco guías de observación con el fin de evaluar la calidad del servicio, de acuerdo a los estándares de calidad derivados de las buenas prácticas, las que han abarcado la gestión administrativa, equipamiento e infraestructura, gestión de servicio, gestión medio ambiental y gestión socio cultural. En lo que respecta la gestión administrativa la empresa cumple con el 64,3% de estándares; en el equipamiento e infraestructura la empresa cumple con el 89,01% de estándares; en la gestión del servicio cumple con el 73,74%; en la gestión medio ambiental cumple con 72,0% y en la gestión sociocultural se cumple con el 46,15%. En conclusión el hotel “El Patio de Monterrey” presta un servicio de calidad, ya que cumple con el 74,3 % de los 284 estándares evaluados; sin embargo es necesario mejorar aspectos como la gestión administrativa y la gestión sociocultural.

2.1.- El servicio de alojamiento

Para poder entender de qué se trata el servicio de alojamiento, primero es necesario comprender la definición de servicios; 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 cliente.

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 de alojamiento se apoya tanto en elementos tangibles como en aspectos intangibles.

Reisinger (2001), afirma que 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 costos. 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.

Los servicios son definidos como prestaciones personales, que tienen como finalidad satisfacer alguna necesidad. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – Mincetur (2010), señala que el servicio es el resultado de una sucesión de actos en los cuales interaccionan el cliente, el soporte físico y el personal de contacto, de acuerdo a procesos y procedimientos previamente establecidos, que buscan la satisfacción del consumidor y el logro comercial de la empresa prestataria (p. 75).

2.1.1.- Características del servicio de alojamiento

Las empresas de alojamiento al igual que las demás empresas del sector turismo comparten una serie de características.

Manual CTN (2007)

Intangibilidad: Los servicios turísticos no pueden ser experimentados, sentidos, probados, oídos u olidos antes de ser comprados. Poseen características que solo pueden ser descritas de forma subjetiva, por lo que resulta imposible saber con certeza si van a ser satisfactorios para el cliente antes de su prestación. No obstante, los consumidores buscan evidencias de la calidad del servicio, por lo que el proveedor debe lograr que este se vuelva lo más tangible posible, a través de instrumentos como el local (soporte físico), personal, equipamiento, material, promocional, símbolo (marca) y precio.

Consumo in situ: El cliente es quien acude a la empresa para recibir el servicio y participa en la prestación del mismo; es decir, los servicios son brindados y consumidos simultáneamente en el mismo lugar. Los usuarios están presentes durante el proceso de servicio, por lo cual el servicio será evaluado en detalle por el consumidor.

Inseparabilidad: Los servicios son producidos y consumidos al mismo tiempo. Ello no ocurre con los bienes físicos, que son producidos, almacenados, vendidos y, luego, consumidos. Quien presta el servicio también es parte del mismo y, como el cliente está

presente durante la prestación, la interacción entre el proveedor y el cliente será un aspecto clave en el resultado final.

Presentación personal: Los servicios turísticos son proporcionados por el personal de la empresa y se caracterizan por un nivel muy alto de contacto interpersonal. La calidad de esta interacción influenciara la opinión de los clientes sobre los servicios recibidos.

Variabilidad: Como el desempeño del personal varia cotidianamente, es difícil alcanzar servicios estandarizados. La consistencia del servicio y la uniformidad de su calidad dependen de aspectos demográficos, socio-económicos y psicológicos de los consumidores y proveedores. Los servicios son altamente variables, pues dependen de quien los brinda, de cómo lo realiza, de cuando y donde. La prestación del servicio, por tanto varía de un proveedor a otro y también de un consumidor a otro.

Percibibilidad: Los servicios no pueden ser guardados en stock para su consumo posterior, pues se ofrecen en fechas y horarios determinados. Por ello, muchas veces los servicios se pagan por adelantado, pues no son recuperables si no llegan a ser utilizados por el cliente.

No transmiten propiedad: La compra y consumo 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 pactados (p. 33, 34).

1.1.2.- Clasificación de los establecimientos de alojamiento

Las empresas dedicadas a brindar 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.

a) Clasificación de los establecimientos de alojamiento 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.). (Andersen, 1994).

A 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.

Es el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo–MINCETUR (2014) quien 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 establecimiento hoteleros

CLASE	CATEGORÍA
Hotel	Una a Cinco Estrellas
Apart-Hotel	Tres a Cinco Estrellas
Hostal	Una a Tres Estrellas
Albergue	-----

Fuente: Reglamento de Establecimientos de Alojamiento- Mincetur (2014).

Teniendo en cuenta que clase es la identificación del establecimiento de alojamiento 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, las

condiciones de funcionamiento y servicios que éstos deben ofrecer. Solo se categorizan los establecimientos de hospedaje de la clase Hotel, Apart- Hotel y Hostal.

Los Hoteles

Navarro (2008) considera que HOTEL 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 (2014) expresa que es un “edificio planificado con una estructura homogénea, 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 Mincetur (2014), 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) señala que 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 (p. 28).

Según el Reglamento de Establecimientos de Hospedaje vigente, los hoteles se categorizan de una a cinco estrellas.

Los hoteles tres estrellas

Carranza (2009), menciona que estos hoteles poseen mejores instalaciones que los de una y dos estrellas son más amplios los espacios en cada habitación y con un mobiliario completo sillas, mesas, armarios, televisor, teléfono privado y baños confortables ofreciendo un mejor servicio a nivel medio o bueno. Siempre tienen una buena ubicación ya sea la parte céntrica de la ciudad o cerca a lugares turísticos (p. 5).

Por otro lado Montero (2012), indica que este tipo de hoteles generalmente pone mayor énfasis en la comodidad, estilo y servicio personalizado 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. Donde el turista puede descansar y disfrutar de una mejor comodidad y confort a un precio accesible (p. 13).

Estos hoteles tienen un costo medio. Y además de brindar el servicio de alojamiento brindan servicios como: alimentación, salón de eventos o conferencias, gimnasio, piscina y centro de entrenamiento, frío bar, internet para el uso de los turistas por negocios que

es la mayor demanda en los hoteles de tres estrellas, todo esto con la única finalidad de lograr la comodidad del turista durante su estadía.

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

b) Clasificación de las empresas de alojamiento según su tamaño

Las empresas de alojamiento según su tamaño pueden ser grandes, medianas, pequeñas y micro empresas; en el Perú la mayor parte de las empresas dedicadas al rubro de hostelería son MYPE (micro y pequeña empresa).

Micro y pequeña empresa

La Micro y Pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Ley de promoción de la micro y pequeña empresa, 2005)

Según lo indicado en la Ley de Promoción de la micro y pequeña empresa (2005) las Mypes deben reunir las siguientes características concurrentes:

Niveles de ventas anuales

- ✓ La micro empresa hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias UIT.
- ✓ La pequeña empresa a partir de monto máximo señalado para las micro empresas y hasta 850 Unidades Impositivas Tributarias UIT.

Contexto de las Mypes

Casanueva, García y Caro (2000), indican que el tamaño de una empresa turística puede ser uno de los condicionantes más importantes a la hora de ejercer su actividad y para la forma de gestionarla. En general, las empresas turísticas de menor dimensión se encuentran con una serie de inconvenientes derivados directamente de su tamaño y a ellos se unen otra serie de desventajas que también están relacionadas con este y que son comunes a la mayor parte de las pymes (p. 400).

Entre las desventajas de la pyme turística que se relacionan más directamente con su pequeña dimensión, y que la sitúan en una posición desfavorable en el juego competitivo frente a las grandes empresas tenemos:

- ✓ El escaso tamaño no permite el acceso a economías de escala; por lo que no puede conseguir unos costos unitarios más bajos. Esto trae como consecuencia la imposibilidad de implantar estrategias basadas en un liderazgo en costes por sí mismas, sin recurrir a irregularidades fiscales, laborales o económicas.
- ✓ Dificultad en el acceso a los recursos. Si bien es importante la desventaja derivada de los problemas para hacerse con los recursos materiales necesarios para su actividad (instalaciones, equipamiento, materias primas o programas informáticos), es especialmente relevante la relacionada con dos tipos de recursos esenciales en un entorno competitivo: los recursos financieros y los recursos intangibles (humanos, tecnológicos y de reputación).
- ✓ Su posición competitiva. Un menor tamaño restringe el poder de negociación con los clientes y distribuidores y con los proveedores y suministradores.
- ✓ Falta de capacidad directiva por parte de los propietarios-empresarios..., en general, su formación empresarial y en la dirección de empresas es muy escasa...A

la falta de formación se añade a menudo la falta de habilidades o de experiencia de los directivos o empresarios que llevan a sus empresas turísticas a importantes fracasos o a su desaparición.

- ✓ Visión a corto plazo de la empresa, los pequeños negocios turísticos se concentran en la gestión del día a día y se pierde la perspectiva de futuro. Por ello, una de las carencias más habituales en la pyme turística se da en el ámbito de la planificación que es la piedra angular de cualquier proceso de gestión que tienda hacia la eficacia y la eficiencia.
- ✓ Estructuras empresariales muy simples, con unidades poco especializadas y mucha centralización en la toma de decisiones.
- ✓ Personal poco calificado y poca importancia prestada a la formación.
- ✓ Utilización de tecnologías, procesos, maquinaria, equipos y programas informáticos y de comunicaciones no adaptados a las innovaciones más recientes como consecuencia del acceso limitado a los recursos.
- ✓ Poca o nula importancia de la información en la gestión de la pyme turística.
- ✓ Dificultades en la comercialización de los servicios turísticos ante la imposibilidad de una gestión integrada de marketing.

Casanueva y otros (2000), señalan que frente a estas desventajas la pyme turística cuenta con una ventaja fundamental, que, si es bien utilizada, le puede permitir ejercer con éxito su actividad. Se trata de la flexibilidad. Se puede definir como la capacidad de la empresa para adaptarse en un plazo corto de tiempo y con un bajo coste a todos los cambios que se van produciendo. La flexibilidad característica de un tamaño reducido proviene de las propias particularidades de la pyme turística y en concreto de: (p. 402)

- ✓ La pyme turística por definición se encuentra más próxima al cliente. El conjunto de los empleados y directivos de la empresa establecen relaciones más directas con los clientes y consumidores y pueden conocer de forma directa sus necesidades, sus gustos y los posibles cambios que los afecten.
- ✓ La pyme turística tiene una clara vocación comercial. Son empresas de servicios, del sector terciario, trabajan directamente con el cliente y en el proceso de prestación de algunos servicios incluyen el proceso de venta de otros. Se trata de pequeños negocios, con empresarios – propietarios muy centrados en los clientes, en las ventas y en la función comercial de la empresa.
- ✓ La estructura organizativa simple y relativamente centralizada puede permitir cambios a más corto plazo, mayor rapidez en la toma de decisiones y una mayor asunción de riesgos. Un solo empresario turístico puede tomar una decisión rápida sobre un cambio concreto que en una gran empresa tarda más tiempo en estudiarse y aprobarse.
- ✓ La pyme turística tiene una alto potencial para desarrollar o asimilar innovaciones tecnológicas de bajo coste y al alcance de sus recursos, sobre todo en los aspectos de prestación de servicios o de gestión (p. 403).

Como se ha podido ver, las pymes turísticas, dentro de las que se encuentran la mayoría de hoteles de nuestro país, presentan una serie de limitantes, la mayoría de las cuales se vinculan con el tamaño de la empresa y su disponibilidad de capital, las cuales pueden ser salvadas a través de estrategias llevadas a cabo por las propias empresas y en algunos de los casos a través de la participación de instituciones del estado y empresas vinculadas con su actividad; a la vez estas empresas también tienen aspectos positivos o fortalezas que deberían ser bien aprovechadas para obtener el máximo beneficio.

2.2.- La calidad en el servicio de alojamiento

García, F., Gil, y García, P. (2011), señalan que hablar de calidad es hablar de una filosofía aplicada a todos los sectores productivos de las distintas empresas preocupados por el “trabajo bien hecho”, motivados por una sociedad cada vez más informada y exigente, así como por una competencia más intensa y organizada. En este sentido las empresas como único método de supervivencia deben apostar por seguir el camino de la calidad. (p. 152), las empresas que no se esfuerzan por brindar un servicio de calidad quedan rezagadas y con el paso del tiempo están condenadas al cierre del negocio.

Martín (2004), indica que la calidad se puede definir como el grado de acercamiento entre las características deseadas o especificadas en un producto o servicio y las características realmente logradas en él (p. 391); por otro lado, Crosby (1987), señala que debemos definir la calidad como el “cumplir con los requisitos”. Los requisitos deben definirse con claridad de modo que no puedan malinterpretarse. Entonces se toman medidas continuamente a fin de determinar el cumplimiento con dichos requisitos. El no cumplir con los requisitos significa ausencia de calidad. Los problemas de calidad se convierten en problemas de incumplimiento con los requisitos, y entonces podemos ya definir la calidad (pp. 22, 23).

Para García, F. y otros (2011), la calidad es el nivel de excelencia que la empresa se ha marcado con la intención de satisfacer las expectativas de sus clientes. Se trata de implantar un sistema del que sea partícipe toda la organización y que permita descubrir las causas que producen defectos, con el objetivo de reducir costes y ganar en satisfacción del cliente (p. 153), la calidad busca satisfacer las necesidades y exigencias de los clientes, debido a que la empresa se debe a los clientes y si no existe un enfoque que busque su plena satisfacción, se perderán clientes y con ellos se pondrá en peligro la existencia de la empresa.

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.

Al hablar de calidad en el Sector Hotelero, debemos 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 cañería que gotea, un conserje que se demora en aparecer. En definitiva, hablamos de datos reales, momentos concretos donde la atención decae y la calidad se resiente.

En el sector Hotelero la calidad es un valor complejo y significativo, ya que todos productos o servicios turísticos, son intangibles. Los elementos tangibles, son las pista de calidad (el precinto de desinfección en el baño, un conserje que rápidamente asiste o que esta cuando se lo necesita) que le indicaran al cliente si la calidad del hotel donde se hospeda es alta, mediana o baja. Seguramente son muchas y diversas las pistas de calidad que el usuario o huésped valora. Por lo tanto, en la gestión correcta y óptima de la calidad en el sector hotelero, será necesario identificar cuáles son las principales pistas a las que presta atención nuestro cliente.

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.

En este sentido es imprescindible para el sector hotelero contar con un sistema que provea información constante, clara, fluida y fidedigna y un seguimiento continuo de cada uno

de los actores que intervienen en el servicio hotelero. Para corregir errores, valorar esfuerzos y subsanar situaciones problemáticas. Este es un gran paso hacia la concreción de ese objetivo siempre instalado en el horizonte que nos lleva a ser mejores cada día, en atención y servicio: la calidad (Albacete, 2004).

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), añade que realmente el objetivo calidad debe perseguirse de modo global, interviniendo todos los niveles de la empresa, es decir, se debe intentar alcanzar lo que se denomina “la calidad total”. Agrega, que la calidad total consiste en la aplicación del control de calidad a todas las operaciones y servicios (administrativos, de gestión, técnicos, etc.), con la participación de todo el personal de la empresa. Su eslogan es “hacer las cosas bien a la primera”, evitando en la medida de lo posible cualquier tipo de error o retraso. En el sector turístico, la calidad del servicio prestado no puede atribuirse solamente a una serie de estructuras, sistemas, instalaciones, etc.

Sino que va a depender de una correcta gestión integral de la calidad; el éxito del servicio radicarán en que todas las personas que componen la organización ejerzan adecuadamente sus responsabilidades en cada puesto o nivel que ocupen en la empresa, y en esto consistirá el enfoque de la calidad total. (p.393)

Para Ramírez (2002), la definición de calidad va más allá de la propia empresa, e indica que la calidad no solo involucra a los elementos de la empresa, señalando que el concepto de servicio garantizado involucra al de calidad, el cual abarca una responsabilidad global de la empresa turística y de sus proveedores (p.12), lo cual es muy cierto, ya que en gran medida la calidad depende de los servicios o productos y las condiciones en las que los dan los proveedores de la empresa de alojamiento.

Como se ha visto, la calidad se enfoca a la satisfacción de los clientes, al respecto Ramírez (2002), menciona que al igual que los individuos, toda organización turística desarrolla con el tiempo una personalidad bien definida e integrada. En ella surgen ciertas diferencias individuales; la filosofía de calidad busca en consenso de las metas y valores que le permitan a la empresa proporcionar la satisfacción plena del cliente, del proveedor y de su propio personal, congruente con las realidades externas del mercado y del medio social (p. 26).

Para Ramírez (2002), la calidad total no es sinónimo de lujo, sino más bien satisfacción de requerimientos, lo cual implica que cualquiera que sea el nivel y la procedencia del turista, el servicio debe brindarse atendiendo a sus necesidades sin que por ello tengan que incrementarse los precios de atención. Esto significa 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. (p.33), agrega que para lograr la calidad total se requiere de una normatividad que facilite el funcionamiento del servicio y que sirva como indicador de rendimiento. Toda norma de calidad constituye una regla de acción, la cual debe fundamentarse en los requerimientos del turista en primer término; no debe contradecir las políticas de servicio y, muy por el contrario, debe ser clara y precisa y de conocimiento de todos, incluyendo al turista en muchas de ellas; deben resultar aplicables por toda la organización, por lo cual es necesario capacitar al personal en tal sentido (pp. 54-55).

2.2.1.- Tipos de calidad

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

- ✓ **Calidad externa, que corresponde a la satisfacción de los clientes.** El logro de la calidad externa requiere proporcionar productos o servicios que satisfagan las

expectativas del cliente para establecer su lealtad con el cliente y de ese modo mejorar la participación en el mercado. Los beneficiarios de la calidad externa son los clientes y los socios externos de una compañía. Por lo tanto, este tipo de procedimientos requiere escuchar a los clientes y también debe permitir que se consideren las necesidades implícitas que los clientes no expresan.

- ✓ **Calidad interna, que corresponde al mejoramiento de la operación interna de una compañía.** El propósito de la calidad interna es implementar los medios para permitir la mejor descripción posible de la organización y detectar y limitar los funcionamientos incorrectos. Los beneficiarios de la calidad interna son la administración y los empleados de la compañía. La calidad interna pasa generalmente por una etapa participativa en la que se identifican y formalizan los procesos internos.

Por consiguiente, el propósito de calidad es proporcionarle al cliente una oferta apropiada con procesos controlados y al mismo tiempo garantizar que esta mejora no se traduzca en costos adicionales. Es posible mejorar un gran número de problemas a un bajo costo. Sin embargo, cuánto más cerca se está de la perfección, más se elevan los costos.

Para Lefcovich (2009), la calidad debe comprender todos los rincones de la empresa. Si no se genera calidad interna, mal puede ofrecerse una calidad apropiada a los agentes externos. Por ello la calidad se construye y genera en cada actividad, tarea y proceso de la compañía (p. 4).

2.2.2.- Evaluación de la calidad del servicio de alojamiento

Al ser tal la importancia de la calidad en la gestión de los hoteles, es imprescindible el llevar a cabo acciones que permitan evaluar la calidad del servicio, como ya se ha visto la calidad supone el cumplimiento de una serie de estándares y normas que buscan la satisfacción de los clientes y garanticen el éxito de la empresa en el mercado; en tal sentido

la evaluación consiste en constatar si se están aplicando estas normas y en qué grado, para a partir de ahí poder llevar a cabo medidas correctivas, Ramírez (2002) ,señala que la calidad del servicio turístico debe medirse permanentemente con objeto de retomar las actividades en función del logro y de los cambios que se dan. (p.64), en coincidencia con lo anterior, Casanueva y otros (2000), indican que para comprobar el éxito de las acciones emprendidas y estudiar su mejora es conveniente llevar a cabo un proceso de evaluación que determine el grado de cumplimiento (p. 387).

Por otro lado, Martín (2004), señala que se medirá la calidad del servicio de la empresa en cuestión para comprobar si se acerca o no al nivel de calidad establecido, considerando los requisitos mínimos que el establecimiento debe reunir en cuanto a su infraestructura física y teniendo en cuenta también lo que podríamos denominar el “Soft”, es decir, todo lo relacionado con su gestión interna (dirección, organización, previsión, capacidad resolutoria, etc.); a estos requisitos mínimos es a lo que algunos autores denominan “estándares” de calidad (p. 397), de lo anterior es importante destacar que las evaluaciones de calidad no se deben restringir a un solo aspecto de la empresa, por el contrario, deben ser integrales, pues como ya se vio anteriormente, la calidad del servicio de alojamiento se basa en el cumplimiento de normas y estándares tanto tangibles como intangibles.

García, F. y otros (2011), mencionan que es posible que nos preguntemos cómo medir algo intangible como es el servicio. Tengamos en cuenta que una medida no tiene por qué ser cuantitativa, una sonrisa no se mide por lo que dura, sino por su oportunidad. No obstante tendremos que establecer elementos cuantificables al descomponer los comportamientos (p. 155).

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 (p. 81).

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 (p. 81).

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 (p. 115).

De la Parra Paz (1995), 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 (p. 115), 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.

De la Parra Paz agrega que la calidad del servicio es un resultado, una situación que se quiere alcanzar y mantener. Por lo tanto, sus mediciones, informan cuando se está haciendo lo correcto para lograr el objetivo. De hecho, hay dos clases de medición: los factores de los medios y los factores de los fines. El primer factor se relaciona con la

perspectiva y la imagen del cliente; el segundo factor con el desempeño funcional; siendo a esta última a la que se enfoca la investigación.

Para Lefcovich (2009), es menester distinguir entre los controles de resultados y los controles de procesos. Los primeros verifican el resultado (variable o atributo) final de un proceso, sea éste un producto o servicio. En tanto que el control de procesos verifica tanto el funcionamiento de los procesos, cómo la calidad de los insumos. De tal forma, asegurando la calidad de los procesos y componentes, se asegura el resultado final.

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 (p. 14).

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.

Para MINCETUR (2012), el 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 (p. 60), 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 (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 (p. 118).

2.3.- 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.

2.3.1.- Marco Normativo de las empresas de alojamiento a nivel nacional

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

a) 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.

b) 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 2014.

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.

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.

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.

Requisitos mínimos de los hoteles de tres estrellas

Cuadro 02: Requisitos mínimos de los hoteles de tres estrellas

REQUISITOS	ESPECIFICACIÓN
Número de habitaciones	20
Número de ingresos de uso exclusivo de los huéspedes (separado de servicios)	1
Habitaciones (incluyen en el área un closet o guardarropa) M2 mínimos	1.2 X 0.7 closet
Simple (M2)	11
Dobles (M2)	14
Suites (M2) si la sala está integrada al dormitorio	24
Suites (M2) si la sala está separada del dormitorio	26
Cantidad de baños por habitación	1 privado con ducha
Área mínima (M2)	4

Todas las paredes deben estar revestidas con material impermeable de calidad comprobada	Altura 1.8 m
Agua fría y caliente las 24 horas (no se aceptan sistemas activados por el huésped)	Obligatorio
Televisor a color	Obligatorio
Teléfono con comunicación nacional e internacional (en el dormitorio y en el baño)	Obligatorio (no en el baño)
Servicio de ascensor de uso público (excluyendo sótano)	Obligatorio a partir de 4 plantas
Cambio regular de sábanas como mínimo	Diario
Cambio regular de toallas	Diario
Alimentación eléctrica de emergencia para los ascensores	Obligatorio
Custodia de valores (individual o con caja fuerte común)	Obligatorio
Estacionamiento privado y cerrado (porcentaje por el número de habitaciones)	20%
Generación de energía eléctrica para emergencia	Obligatorio
Guardarropa – custodia de equipaje	Obligatorio
Limpieza diaria del hotel y habitaciones	Obligatorio
Oficio por piso (con teléfono o similar)	Obligatorio pero sin teléfono
Personal calificado	Obligatorio
Personal uniformado (las 24 horas)	Obligatorio
Recepción y conserjería	Obligatorio

Comedor	Obligatorio
Bar	Obligatorio
Cocina	Obligatorio
Servicios higiénicos de uso público	Obligatorio diferenciado por sexo
Servicio de internet	Obligatorio
Servicio de despacho de correspondencia	Obligatorio
Servicio de llamadas, mensajes internos y contratación de taxis	Obligatorio
Servicios higiénicos públicos	Obligatorio diferenciados por sexos
Teléfono de uso público	Obligatorio

Fuente: Elaborado en base a las disposiciones el reglamento de establecimientos de Hospedajes- MINCETUR, 2014.

2.3.2.- Estándares de calidad en el servicio de alojamiento

Para Marketing Publishing (2007), la única forma que tiene la dirección de una empresa de controlar la calidad de sus productos, sin necesidad de supervisar y controlar individualmente, una por una, a todas las personas que trabajan en la empresa y a cada una de las actividades que realizan, es estableciendo objetivos, normas y estándares que reflejen las expectativas de calidad de la organización (p. 136), como ya vimos, evaluar la calidad es una necesidad ineludible de las empresas de restauración, por otro lado también se vio que la evaluación se realiza para determinar el cumplimiento de las normas y estándares por parte de la empresa.

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 (p. 137).

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 (p.103, 104).

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 también establecen prioridades para los empleados, describiendo e indicándoles el comportamiento que es considerado excelente. Los Estándares, al ser dinámicos para responder a las nuevas exigencias de la demanda y los cambios del entorno, pueden ser adaptados y mejorados.

Los estándares se pueden establecer para diversas instancias y exigencias que presente el proceso de servicio y experiencia, 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 (pp. 4, 5).

2.4.- 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), 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. Es 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 (p.13), es decir las buenas prácticas incluyen acciones o estrategias que ya se han desarrollado y su aplicación ha demostrado beneficios tanto para la empresa como para los agentes implicados en la gestión de la empresa.

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 (p.15); por otro lado, para 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 (p. 10). 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 (p. 40).

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 (pp. 8, 9), es decir las buenas prácticas no solo 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.

2.4.1.- 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 (p. 9).

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 (p. 7).

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.

2.4.2.- 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. (pp. 14-15)

2.4.3.- Estándares en el servicio de alojamiento derivados de las buenas prácticas

2.4.3.1.- Estándares de buenas prácticas en la gestión administrativa

Para Casanueva y otros (2000), la administración consiste en el proceso de realizar actividades con personas y por medio de ellas de manera eficaz y eficiente (p. 166); 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, Ramírez (1994), señala que podemos considerarla como la principal actividad que desarrolla el directivo, dado que el resto de las tareas están relacionadas con ésta. Planificar consiste en fijar el curso a seguir, así como la consecución de objetivos precisos establecidos en los programas a fin de alcanzar los objetivos en los plazos requeridos y fijando responsables (p. 83); aquellas empresas que no planifiquen desarrollarán una gestión improvisada y desordenada, restando efectividad a la empresa.

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 (p. 14).

Casanueva y otros (2000), nos presentan una breve descripción de los 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 objetivo. 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 (p. 169). 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 (pp. 128,129).

Además, Casanueva y otros (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 (p. 190).

b) Organización

Casanueva y otros (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 (p. 170); 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 y otros (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 (p. 251).

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” (p. 83).

Para 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 (p. 129).

Lefcovich (2009), señala que consiste 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 (p. 11).

Casanueva y otros (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 (p. 259).

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. (p.165); es decir gestionar la calidad requiere de un trabajo permanente.

Para la DIRCETUR Cusco (2009), la gestión de la calidad es la función que realiza la gerencia o dirección de una empresa para definir y aplicar la política de calidad. Para ello se requiere del compromiso y participación de todos los miembros de la empresa, pero la

responsabilidad por la gestión de calidad pertenece a la dirección superior (gerencia) (p. 22).

García, F. y otros (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 (p. 154).

d) Gestión de personal

Casanueva y otros (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 solo como un elemento de costo (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 (p. 315).

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 (p. 394).

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 (p.15); 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 (p. 140).

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 (p. 27).

Casanueva y otros (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 (p. 214).

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 (p. 394); 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 y otros (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 (p. 267).

Casanueva y otros (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 (p. 317).

e) **Gestión de suministros y proveedores**

Casanueva y otros (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 (p.83); 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 (p. 12).

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 (p.15), 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 (p. 10).

f) Gestión de seguridad

Según Rainforest Alliance (s.f.), 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.

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 (p. 24).

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 (p. 55).

g) Gestión financiera y contable

Rainforest 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 abonado al establecimiento conjunto de un buen sistema contable, se contará con información real y útil para tomar decisiones económicas (p. 21).

Con lo que respecta al financiamiento, para Casanueva y otros (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 (p. 137), 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. (p. 130)

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 (p. 27).

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 (p. 114).

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. (p. 60); además indica que dentro de las maneras de dar a conocer un hotel 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 onomástico, festividades navideñas, fin de año, aniversarios, etc., se les felicite por correo normal o electrónico, y se les recuerde que el hotel 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.

Con relación al marketing, Rubio (2006), señala que toda empresa que mira al futuro debe disponer de información sobre sus clientes y sus necesidades. La investigación del mercado es uno de los instrumentos principales para obtener dicha información (p. 9).

Para Montaner (1996), el marketing es el conjunto de actividades encaminadas al estudio de las necesidades del consumidor, de los productos o servicios adecuados a cubrir estas necesidades y de los canales y precios idóneos para llegar al mercado (p. 133).

2.4.3.2.- 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 (p. 395).

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 (p. 3).

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 (p. 17).

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 (p. 531).

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

b) Recepción

Corral (2006) señala que este departamento tiene gran importancia, para el desarrollo operativo del hotel, pero en especial para, la integración de su imagen, positiva o no con el huésped a que atiende. El trato familiar y personalizado que ofrece un hotel, encuentra su máxima expresión representación en el área de recepción.

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.

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.

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 (p. 29).

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 (p. 32).

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 (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 solo por la suite

presidencial). Además de una cama matrimonial amplia, generalmente cuentan con jacuzzi y una vista única.

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 mini bares
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.

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 (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. (p. 61)

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 (5° C a 60° 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.

2.4.3.3.- Buenas prácticas en la gestión del servicio

Para Romero (2010), la gestión de servicio en un Hotel debe crear una cultura de calidad que se brinde a cada huésped. Esta calidad va enfocada hacia la satisfacción total del cliente en cuanto a sus necesidades, deseos y expectativas, estableciendo un conjunto de estándares de calidad que no solamente cumplan con las expectativas, sino que las superen (p. 13).

La calidad en la gestión del servicio depende de los siguientes factores: La presentación personal, aspectos de cortesía, las actitudes conductuales, calidad en el servicio, manejo de materiales técnicos en el sistema de trabajo y el dominio del idioma.

a) Reservas

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.

Hospitality & 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 (p. 11).

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 estadias (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 (p. 28).

Según Corral (2006), 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 (p. 39).

Las Reservas pueden ser:

- ✓ **Determinadas:** se le da N° de habitación al PAX o este solicita tal habitación. Como desventaja le quita movilidad al planning.

- ✓ **Indeterminada:** es según el tipo de habitación solicitada (winnie, 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) (p. 39).

b) Atención del teléfono

Hospitality & Service University (s.f.) Corresponde a las acciones que debe ejecutar el personal para gestionar llamadas y servicios asociados desde y hacia el cliente (p. 11).

Según Corral (2006), 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 reciben 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:

- ✓ Reciba 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.
- ✓ Contestar 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.

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 (p. 11).

Según Navarro (2009) el proceso de Chek-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.

d) Estadía del huésped

Hospitality & Service University (s.f.) corresponde a las acciones que se deben realizar para atender y dar respuestas a las necesidades y requerimientos de los clientes (p. 11). 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.

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 (p. 11).

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.

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 (p. 11).

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).

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, solárium y exteriores tendrán una limpieza permanente, prestando especial atención a papeleras y todos aquellos elementos que deban revisarse continuamente.

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 (p. 12).

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.

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.

3.4.3.4.- Buenas prácticas en gestión medioambiental

Casanueva y otros (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 (p. 91).

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 y otros (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 (p. 380).

Casanueva y otros (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 magnífico 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 tratarán 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 (p. 386).

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 (p. 88).

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 (p. 15); 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 (p. 26).

a) Uso del agua

El MINCETUR (2010), señala que el consumo de agua en el sector turismo es una variable en función del tipo de servicio que se ofrece y el periodo estacional de afluencia turística.

Resulta imprescindible reducir el consumo de agua, conjugando una correcta calidad del servicio turístico, que permita mantener los consumos dentro de una lógica de sostenibilidad ambiental con un enfoque más barato, más ecológico, más rápido y sin enfrentamientos sociales: ahorrando agua, aumentando la eficiencia en su uso (p. 32).

Las razones para cuidar el consumo del agua, son expresadas por Rainforest Alliance (2006), que indica que el agua es uno de los principales elementos de nuestro planeta y cada vez está más escasa. Es responsabilidad de todos cuidarla (p. 26).

b) Uso de la energía eléctrica

El MINCETUR (2010), en el Manual de Buenas Prácticas Ambientales, señala que la energía es un elemento imprescindible para producir cualquier bien de consumo, para calentarnos y para desplazarnos. Uno de los objetivos de las buenas prácticas ambientales es reducir el consumo de energía, lo cual repercute en reducir nuestros costos.

Las posibilidades de ahorro en los servicios turísticos son muchas, en lo especial en lo referente a la calefacción y aire acondicionado, el agua caliente sanitaria, la iluminación y la cocina y lavandería. Ante esta situación es necesario un cambio de nuestras actitudes

que pasa por reducir el consumo energético, mejorar la eficiencia y sustituir fuentes de energía convencional por renovables (p. 30).

c) Consumo de productos

Según MINCETUR (2010), los servicios turísticos, tienen la opción de elegir entre las diversas opciones que les ofrece el mercado de bienes y servicios, teniendo en cuenta los productos que valoran la protección del ambiente.

En los servicios turísticos continuamente se están tomando decisiones que en ocasiones pueden tener repercusiones en el ambiente, por lo que se debe tratar de escoger, de entre varias alternativas, aquellos productos cuyo impacto ambiental a lo largo de todo el ciclo de vida sea el menor (p. 23).

Rainforest Alliance (2006), si los servicios son excelentes pero se compran insumos de baja calidad, el turista no se irá satisfecho y se puede perder clientes; asimismo, aumentarán la basura y el gasto. La compra de productos y contratación de servicios complementarios tienen que ser controladas para asegurar la calidad de los servicios.

d) Gestión de residuos

MINCETUR (2010), indica que nuestros hábitos de consumo son superiores a los de hace unas décadas, generando importantes cantidades de residuos, responsables de graves problemas de contaminación. La generación de residuos de los servicios turísticos, guardan una relación directa con las temporadas altas de visitantes (p. 26).

Para Rainforest Alliance (2006), la basura es uno de los principales problemas en la actividad turística. Su acumulación da un aspecto desagradable y es un riesgo para la salud y el ambiente.

Es bueno limpiar pero mejor es no ensuciar. Lo más importante es disminuir la basura y separarla para facilitar su reúso. En la actividad turística se produce aproximadamente un 60% de basura orgánica (cáscaras de frutas y verduras, restos de comidas, etc.) y un 40% de basura inorgánica (empaques plásticos, vidrios, cartón, papelería, entre otros), que son los más dañinos porque contaminan por cientos de años el ambiente (p. 30).

e) Adaptación al medio

Rainforest Alliance (2005), indica que por definición, un diseño arquitectónico sustentable busca la armonía con su entorno natural y cultural por lo que el análisis de los factores naturales y los humanos debe ser básico a la hora de proponer y analizar las soluciones arquitectónicas.

El diseño arquitectónico de las edificaciones y facilidades debe considerar, en primera instancia, las condiciones naturales del entorno y determinar cuáles de ellas debe administrar ya sea para optimizar su aprovechamiento o para minimizar sus efectos sobre las instalaciones o sobre los visitantes.

De igual manera, el diseño arquitectónico deberá incorporar, rescatar y poner en valor los recursos histórico-culturales no solo del área sino de toda la región en general (p. 96).

3.4.3.5.- Buenas prácticas en gestión socio-cultural

Rainforest Alliance (s.f.), señala 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 (p. 36). Por otro lado, Casanueva y otros

(2000), mencionan que los factores sociales y culturales tienen una incidencia fundamental en el sector turístico (p. 77).

Por lo antes indicado, Rainforest Alliance (2006), indica que una empresa no puede comportarse como una isla que perturba y degrada el entorno social y cultural. No deben usarse los recursos turísticos sin retornar algo a cambio. La empresa debe participar activamente en el desarrollo de las comunidades vecinas, invertir, realizar proyectos y mejorar la infraestructura turística, dar trabajo y capacitar a las comunidades locales (p. 34).

a) Apoyo a la cultura local

Según Rainforest Alliance (2005), a través del apoyo a la cultura local se pretende motivar el desarrollo de una conciencia social para favorecer la conservación y defensa del patrimonio cultural, y promover el acceso de las comunidades para el uso y disfrute de los bienes que lo conforman, así como contribuir al desarrollo económico.

Una empresa turística responsable debe ser parte integral de su entorno socioeconómico e impulsora de su desarrollo mediante el apoyo y divulgación de información veraz respecto a los valores y elementos del patrimonio cultural (p. 66).

b) Apoyo a la comunidad local

Según Rainforest Alliance (s.f.), Años atrás se decía, en términos turísticos, que las empresas generan empleo y mejoran la condición económica en pocas familias y que con ello se justifica su contribución a la sostenibilidad y desarrollo de la sociedad. Actualmente las empresas turísticas forman parte de la localidad donde trabajan (p. 36); por lo tanto deben generar estrategias que contribuyan a mejorar las condiciones de vida de las personas del lugar. Rainforest Alliance agrega que este aspecto toma en consideración, principalmente el aporte que la empresa hace a la economía local mediante la contratación de personal de la zona, consumo de productos y otros (p. 63).

III. METODOLOGÍA

3.1.- Diseño de la investigación

La investigación adoptó un diseño de un caso único transversal, al respecto Hernández, Fernández y Baptista (2010), indican que los diseños de investigación transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede (p. 151).

La investigación se desarrolló como un estudio de caso único, de tipo mixto (cualitativo y cuantitativo) puesto que se han obtenido tanto datos de tipo cuantitativo como cualitativos; sobre los estudios de caso, Hernández y otros (2010), señalan que se pueden definir como “estudios que al utilizar los procesos de investigación cuantitativa, cualitativa o mixta; analizan profundamente una unidad para responder al planteamiento del problema (Hernández y Mendoza, 2008), la unidad o caso investigado puede tratarse de un individuo, una pareja, una familia, un objeto, un sistema, una organización, etc. (p. 163).

Por otro lado, Hernández y otros (2010) indican que “Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández y Mendoza, 2008)” (p. 546).

El nivel correspondió a un nivel exploratorio y descriptivo, Hernández y otros (2010) “Los estudios exploratorios se realizaron 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. Es decir, cuando la revisión de la literatura veló que tan solo hay guías no

investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas.”(p. 79). Con relación al nivel descriptivo Hernández y otros (2010) señalan “Los estudios descriptivos buscaron especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p. 80).

3.2.- Caso

El caso que se ha investigado es una pequeña empresa turística con más de 20 años dedicada al rubro de la hotelería; el hotel " Buenos Aires" tiene una categoría de tres estrellas, cuenta con 20 trabajadores, está ubicado en el distrito de Nuevo Chimbote; en la cual se investigaron aspectos vinculados con su historia, organización, oferta y demanda y el perfil del personal; siendo la parte central la evaluación del 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.

3.3.- Definición y operacionalizacion de la variable

a) Definición conceptual

Para la investigación la evaluación de la calidad del servicio está dada por el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas Mincetur (2012), 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	Medición
Calidad del servicio	Buenas prácticas en la gestión administrativa	Planificación	4 Estándares	Cumple/No cumple
		Organización	3 Estándares	Cumple/No cumple
		Gestión de calidad	6 Estándares	Cumple/No cumple
		Gestión de recursos humanos	15 Estándares	Cumple/No cumple
		Gestión de suministros y proveedores	5 Estándares	Cumple/No cumple
		Gestión de seguridad	8 Estándares	Cumple/No cumple
		Gestión financiera y contable	3 Estándares	Cumple/No cumple
		Gestión de comunicación y marketing	12 Estándares	Cumple/No cumple
	Buenas prácticas en equipamiento e infraestructura	Exterior	11 Estándares	Cumple/No cumple
		Recepción	19 Estándares	Cumple/No cumple
		Áreas comunes	11 Estándares	Cumple/No cumple

		Oficinas	2 Estándares	Cumple/No cumple
		Habitaciones	18 Estándares	Cumple/No cumple
		Almacén de pisos	5 Estándares	Cumple/No cumple
		Comedor	13 Estándares	Cumple/No cumple
		Cocina	9 Estándares	Cumple/No cumple
		Área de personal	3 Estándares	Cumple/No cumple
	Buenas prácticas en gestión del servicio	Mantenimiento	2 Estándares	Cumple/No cumple
		Reservas	7 Estándares	Cumple/No cumple
		Atención del teléfono	7 Estándares	Cumple/No cumple
		Ingreso de huésped	20 Estándares	Cumple/No cumple
		Estadía del huésped	7 Estándares	Cumple/No cumple
		Salida del huésped	13 Estándares	Cumple/No cumple
		Limpieza de habitaciones	18 Estándares	Cumple/No cumple
		Limpieza de áreas comunes	7 Estándares	Cumple/No cumple
		Preparación de	4 Estándares	Cumple/No

		alimentos y bebidas		cumple
		Servicio de alimentos y bebidas	14 Estándares	Cumple/No cumple
	Buenas prácticas medioambientales	Uso del agua	6 Estándares	Cumple/No cumple
		Uso de energía	8 Estándares	Cumple/No cumple
		Consumo de productos	7 Estándares	Cumple/No cumple
		Gestión de residuos	3 Estándares	Cumple/No cumple
		Adaptación al medio	1 Estándar	Cumple/No cumple
	Buenas prácticas socioculturales	Apoyo a la cultura local	4 Estándares	Cumple/No cumple
		Apoyo a la comunidad local	9 Estándares	Cumple/No cumple

3.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Los estudios de casos permiten emplear una serie de técnicas e instrumentos de investigación y a su vez obtener datos cuantitativos como cualitativos; las técnicas que se emplearon en la investigación han sido la observación, la entrevista y la revisión documental; para Canales, Alvarado y Pineda (1986), la observación “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.” (p. 160); esta técnica se apoyó en el uso de cinco (5) guías de observación, las cuales se han orientado 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. Además se empleó la cámara fotográfica para el registro de las imágenes más significativas

Otro instrumento empleado ha sido el cuestionario, Hernández y otros (2010), indican con relación al cuestionario “Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir.” (p. 217); el cuestionario está conformado de preguntas cerradas y abiertas; se aplicó con la finalidad de obtener información sobre las características del personal de la empresa, tanto administrativo como operativo; la modalidad de aplicación del instrumento fue a través de una entrevista personal, a los 20 trabajadores de la empresa, al respecto Hernández y otros (2010), señalan que las entrevistas implican que una persona calificada (entrevistador) aplica el cuestionario a los participantes; el primero hace las preguntas a cada entrevistado y anota las respuestas (p. 239).

Para la recolección de los datos cualitativos se empleó la técnica de la entrevista semiestructurada, Hernández y otros (2010), indican que las entrevistas cualitativas se definen como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). Con relación a las entrevistas semiestructuradas, señalan que se basan en una guía de asuntos o preguntas y, el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información sobre los temas deseados. La entrevista se aplicó al propietario del establecimiento con la finalidad de obtener información sobre la historia, organización, demanda y oferta del establecimiento, esta técnica se apoyó además de la guía de preguntas, una reportera y una libreta de campo.

3.5. - Plan de análisis

Para el procesamiento de los datos obtenidos a partir de los cuestionarios aplicados al personal y las cinco guías de observación se empleó el programa Microsoft Excel, para el análisis de los datos se aplicaron medidas estadísticas de acuerdo a la naturaleza de las variables en estudio y los resultados se presentan en tablas y figuras estadísticas.

La información obtenida a través de la aplicación de las guías de observación se ha organizado agrupando los resultados por cada una de las dimensiones de la variable en estudio y de manera global en tablas estadísticas.

Respecto a la información obtenida por medio de aplicación de la entrevista semiestructurada y de la observación se realizó a través de un análisis cualitativo describiendo el comportamiento de la variable en estudio.

Previo a la recolección de datos se estableció contacto con el propietario del establecimiento con la finalidad de coordinar las fechas de las visitas tanto para las entrevistas, la aplicación de los cuestionarios al personal que labora en la empresa, como para la evaluación de la calidad del servicio en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas.

Etapas de la recolección de datos:

Primera etapa:

Entrevista con el propietario del establecimiento, quien proporcionó datos sobre:

- ✓ Historia de la empresa y su evolución
- ✓ Organización de la empresa
- ✓ Oferta y la demanda

Segunda etapa:

Se aplicaron los cuestionarios a 20 empleados que laboran en la empresa, con lo cual se obtuvieron datos para estructurar el perfil del personal tanto administrativo como operativo, el periodo de duración de la toma de información dependió de la disponibilidad del personal.

Tercera etapa:

Se aplicó las cinco guías de observación para evaluar la calidad del servicio en base al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas, el tiempo de aplicación dependió de la disponibilidad de la empresa. En todas las etapas de la recolección de datos se registraron imágenes, con la autorización previa del propietario de la empresa.

3.6.- Matriz de consistencia

Pregunta de investigación	Objetivos de investigación	Variable y dimensiones	Caso	Diseño	Instrumento
¿Cuál es la calidad del servicio del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas, 2014?	<p>Objetivo General</p> <p>Evaluar la calidad del servicio del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas, 2014.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluar las principales características del hotel “Buenos Aires” relacionadas a su historia, organización, oferta, demanda y perfil del personal. • Evaluar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión empresarial del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote , 2014. 	<p>Evaluación de la calidad del servicio</p> <p>Cumplimiento de buenas prácticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Gestión administrativa -Equipamiento e infraestructura -Gestión del servicio -Gestión medio ambiental -Gestión socio cultural 	Pequeña empresa dedicada al rubro de la Hostería	<p>Tipo: Estudio de caso único</p> <p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Diseño: Transversal</p>	<p>Guías de observación</p> <p>Cuestionario estructurado</p> <p>Entrevista</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al equipamiento e infraestructura del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014. • Evaluar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión del servicio del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014. • Evaluar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión medioambiental del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014 • Evaluar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión socio-cultural del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014. 				
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--

IV. RESULTADOS

4.1.- Resultados

4.1.1.- Características del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014

a) Historia del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote

El hotel “Buenos Aires” se encuentra ubicado en el Jr. Huambacho 296 Urb. Buenos Aires - Nuevo Chimbote, inicio sus operaciones el 09 de Julio de 1992 como un negocio familiar dirigido por el señor Máximo Pastor, pretendiendo satisfacer las necesidades de una demanda (internacional, nacional y local), que crecía cada vez más por los sectores de la pesca y el acero, además en ese entonces Nuevo Chimbote solo contaba con un hotel.

El Hotel “Buenos Aires” inicia con la propuesta de atender una demanda corporativa, sofisticada, con servicios exclusivos y de calidad, al principio solo se brindaba servicio de alojamiento luego se integró el servicio de desayunos bufet y posteriormente se integró un restaurante en el hotel que está a disposición del cliente las 24 horas. También en ese entonces lo diferenciaba de los demás hoteles el contar con una piscina.

Inició con 10 habitaciones luego la empresa fue creciendo de manera progresiva y en la actualidad tiene 75 habitaciones así mismo por el crecimiento del mercado local en el año 2004 se apertura otro hotel ubicado en Chimbote.

Entre sus principales logros, tenemos que ha recibido certificados de reconocimiento por la Municipalidad de Nuevo Chimbote por ser una de las 3 mejores empresas del mercado hotelero local, brindando seriedad y exclusividad. También participan constantemente en los eventos organizadas por la Dirección Sub Regional de Comercio Exterior y Turismo (Disrcetur) de Chimbote por el surgimiento del turismo.

b) Oferta del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014

La oferta que comercializa esta empresa está conformada por alojamiento, alimentación y salón de eventos que a continuación se detalla.

✓ Alojamiento

Cuenta con amplias habitaciones, camas de 2 y 3 plazas (Queen Size, King Size), además incluye internet cableado, Tv, Wifi, cable mágico, aire acondicionado, frío bar, teléfono y mesa de trabajo e incluye una computadora en cada habitación.

Tipos de habitaciones que se ofrece: habitación simple, doble, triple, matrimonial y ejecutiva.

Cuadro N°03: Tarifario de habitaciones

TIPOS DE HABITACIONES	TARIFA
Simple	S/ 90.00
Doble	S/ 120.00
Triple	S/ 145.00
Ejecutiva	S/ 170.00
Matrimonial	S/ 195.00

Fuente: Elaboración propia en base a la información de la empresa



Fotografía 01: Habitación simple

Fuente: Registro fotográfico del investigador, agosto 2014.



Fotografía 02: Habitación doble

Fuente: Registro fotográfico del investigador, agosto 2014.

✓ **Alimentación**

Cuenta con un restaurante que está a disposición del cliente las 24 horas, presentando una carta con platos nacionales e internacionales. Platos especiales, menú ejecutivo y desayunos buffet, el tiempo promedio de preparación de los platos es entre 15 a 20 minutos.

La ambientación del local tiene un toque contemporáneo, hay buena ventilación; y la capacidad instalada que tiene el local es de 80 personas.



Fotografía 03: Lado derecho del restaurante

Fuente: Registro fotográfico del investigador, agosto 2014.

✓ **Salón de eventos**

Ubicado en el primer piso del hotel, se encuentra bien equipado y sirve para el desarrollo de reuniones de directorio, grupos de trabajo, sesiones de capacitación y conferencias con una capacidad de 200 personas.

El salón de eventos cuenta con:

- ✓ Capacidad para 200 personas.
- ✓ Arreglo del salón de acuerdo al evento.
- ✓ Terrazas de recepción y para el break.
- ✓ Wifi gratuito.
- ✓ Alternativas de alimentos a escoger (Coffee Break, Almuerzos o Cenas).
- ✓ Proyector y equipo de sonido.
- ✓ Estacionamiento vehicular vigilado



Fotografía 04: Salón de eventos

Fuente: Registro fotográfico del investigador, agosto 2014.

Además cuenta con una piscina, área de lavandería, y cochera interna, para que el cliente tenga mejores servicios.



Fotografía 05: Piscina

Fuente: Registro fotográfico del investigador, agosto 2014

c) Demanda del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014

La demanda del hotel está conformada por un segmento corporativo, donde el 80% de los visitantes son nacionales y el 20% de los visitantes son extranjeros. Dentro de los principales clientes tenemos; como empresas privadas; BCP, BBVA, Gloria, Los Portales, Travex, diversas empresas pesqueras como Copeinca, Hayduk y además instituciones del Estado.

La temporada alta del hotel es desde abril hasta el mes de noviembre, mientras que la temporada baja es desde diciembre hasta el mes de marzo.



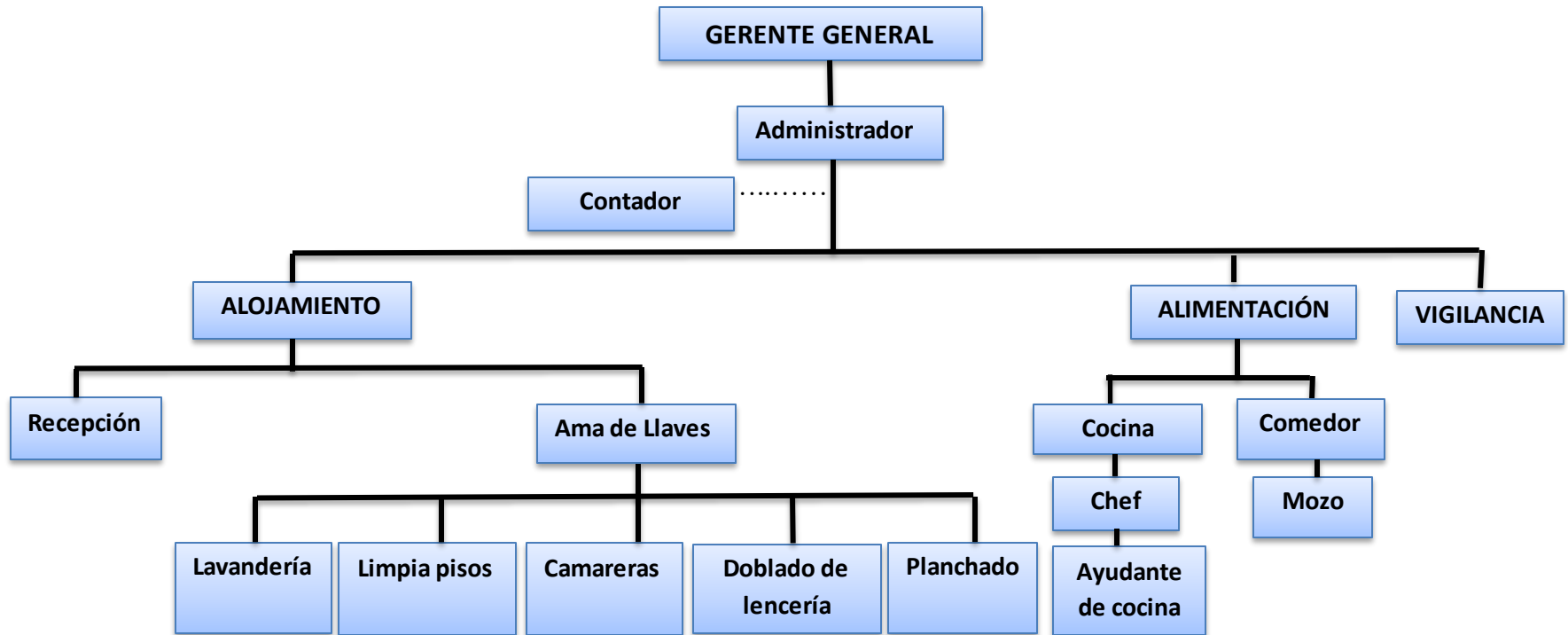
Fotografía 06: Huésped del hotel.

Fuente: Registro fotográfico del investigador, agosto 2014.

4.1.1.1.- Organización del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014

En la actualidad la organización del Hotel “Buenos Aires” no presenta mayor complejidad dada su condición de pequeña empresa; las posiciones en la empresa no están establecidas mediante un organigrama.

Figura N°01: Propuesta de organigrama del hotel "Buenos Aires"



Fuente: Elaboración propia en base a la información de la empresa

A continuación se presenta la descripción de y las funciones de los puestos de trabajo

Gerente General

En este caso es el propietario encargado del establecimiento por más de 20 años consecutivos encargado de tomar todas las decisiones para el desarrollo de la empresa, así como también tiene la representación jurídica, comercial y administrativa. Él estudió la carrera de derecho.

Tiene las siguientes funciones:

- ✓ Dirigir y organizar las diferentes áreas de la empresa.
- ✓ Dirigir las operaciones comerciales, administrativas y ejecución de obras sociales que se efectúen.
- ✓ Elabora el plan de trabajo de la empresa.
- ✓ Representa a la empresa ante las instituciones públicas y privadas sean políticas, administrativas, municipales y judiciales.
- ✓ Nombra y renueva al personal que sea necesario
- ✓ Es responsable del manejo económico de la empresa.

Administrador

Es el hijo del propietario que desempeña el cargo por más de 10 años. Es responsable de organizar, dirigir y supervisar las diferentes áreas del hotel, mantiene comunicación permanente con el gerente. Estudios incompletos en la carrera de derecho y administración de empresas, participa constantemente en congresos y talleres de hotelería.

Tiene las siguientes funciones:

- ✓ Control de la presentación del personal.
- ✓ Control de asistencia del personal.
- ✓ Gestiona las compras de insumos.
- ✓ Supervisa el servicio.

- ✓ Supervisa la elaboración de platos y bebidas.
- ✓ Elabora informes financieros.
- ✓ Atiende las quejas y reclamos de los clientes.
- ✓ Ordena la documentación de compras y ventas para ser entregada al contador.
- ✓ Comunica a la gerencia las oportunidades de mejora.
- ✓ Se encarga del control de ingresos y egresos.
- ✓ Realiza los depósitos de ingresos en el banco.
- ✓ Paga a los proveedores.

Contador

La contabilidad de la empresa está a cargo de un profesional en contabilidad, quien no tiene permanencia en la empresa, de forma regular revisa la documentación de compras, ventas, y elabora y presenta de forma mensual las declaraciones exigidas por SUNAT.

Entre sus funciones tenemos:

- ✓ Procesamiento de comprobantes.
- ✓ Elaborar balances y estados financieros del hotel.
- ✓ Verificar que tanto los comprobantes de compra como de venta cumplan con los aspectos establecidos.
- ✓ Realizar el cálculo de planillas y elaborar las boletas de pago del personal.
- ✓ Llevar libros contables.
- ✓ Presentar declaraciones ante la SUNAT.

Chef

Es una mujer que trabaja en el cargo por 15 años, inició como ayudante de cocina y ahora es la jefa de cocina responsable de la producción de los alimentos; tiene las siguientes funciones.

- ✓ Dirige la cocina y se responsabiliza de la dirección del personal de su área.
- ✓ Cuida de que los platos que se sirvan cumplan las condiciones exigidas por el recetario nacional o internacional.

- ✓ Supervisa los insumos.
- ✓ Distribuye el trabajo en la cocina.
- ✓ Supervisa la higiene, instalación, y grado de rendimiento del conjunto.
- ✓ Confección del menú, carta de especialidades y platos del día.
- ✓ Enseña a los ayudantes.
- ✓ Otorgar el ritmo que la cocina requiera.

Ayudantes de Cocina

Es una mujer que desempeña el cargo por 5 años en la empresa, responsable de apoyar al chef. Entre sus funciones tenemos.

- ✓ Participar con alguna autonomía y responsabilidad en las elaboraciones de cocina bajo supervisión.
- ✓ Realizar las preparaciones básicas, así como cualquier otra relacionada con las elaboraciones culinarias que le sean encomendadas.
- ✓ Encargado de ordenar y limpiar la área de la cocina.

Mozo

El hotel cuenta con un mozo de sexo masculino desempeña su cargo por 4 años consecutivos encargado de la atención general del cliente en el comedor, tiene como funciones.

- ✓ Responsable del comedor.
- ✓ Acomoda el mobiliario.
- ✓ Puesta de mesas.
- ✓ Recepción de clientes.
- ✓ Toma de pedidos.
- ✓ Presentación y cobro de la cuenta.

Ama de Llaves

Se encarga por más de 15 años de dirigir su cargo, inicio como mucama ahora se encarga de supervisar la limpieza y organización de las habitaciones, tiene como funciones:

- ✓ Distribución del trabajo.
- ✓ Elabora los inventarios mensuales de lencería y suministros
- ✓ Revisar mensualmente el estado de lencería.
- ✓ Atender las solicitudes de los huéspedes
- ✓ Control de asistencias.
- ✓ Revisar la limpieza de habitaciones y áreas públicas.
- ✓ Control y supervisión de la lavandería.
- ✓ Responsable de objetos perdidos.
- ✓ Responsable de las llaves.
- ✓ Realiza los inventarios y registros de equipo y suministros.
- ✓ Hacer pedidos y entregas de abastecimientos de su departamento.
- ✓ Comprobar la calidad y efectividad de los productos y suministros a comprar para solicitar los que más convenga al hotel.

Camareras

Se cuenta con cuatro camareras, el tiempo que llevan desempeñando su cargo es de 5, 5, 6 y 7 años que llevan encargándose del arreglo de las habitaciones y tiene las siguientes funciones:

- ✓ Mantener en perfecto estado de limpieza y orden, las habitaciones del hotel.
- ✓ Mantener en óptimas condiciones, las habitaciones y las áreas de servicios, para que el cliente tenga la sensación de confort y seguridad de que cada día sienta como la primera vez que entró en la habitación.
- ✓ Organizar y realizar las tareas en el tiempo establecido y atender con máxima diligencia las peticiones de los clientes.

Recepcionistas

Hay dos varones que trabajan en esta área, uno de ellos trabaja 7 años y el otro desde los inicios de la empresa, más de 20 años. Y encargados de realizar las siguientes funciones:

- ✓ Atención al cliente.
- ✓ La venta correcta de habitaciones.
- ✓ El control de las ventas realizadas.
- ✓ Atender la correspondencia.
- ✓ La utilización y el control del email, fax y teléfono.

Lavandería

Hay dos personas encargadas de lavar, y dos personas del planchado y una persona del doblado de toda la lencería del hotel y están supervisadas por el ama de llaves cada una de sus actividades. Llevan desempeñando sus cargos de 5 años a más.

Limpia pisos

Se encarga de limpiar todas las áreas comunes a la vez del cuidado de todas las áreas verdes que tiene el establecimiento y del mantenimiento de la piscina. Lleva desempeñando sus labores 5 años.

Vigilantes

Hay dos persona responsables de velar por la seguridad interna de los clientes y personal del hotel cada uno en su respectivo horario uno por el día y otro por la noche, Llevan trabajando entre 4 y 5. Dentro de sus funciones tenemos:

- ✓ Controlar el ingreso de los clientes.
- ✓ Reportar situaciones que puedan significar peligro para los clientes o empleados.
- ✓ Vigilar los vehículos de los clientes.

4.1.1.2.- Perfil del personal del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.

Para determinar el perfil del personal del Hotel “Buenos Aires” se aplicó un cuestionario (anexo N°02) a los 20 empleados que conforman el Personal; el gerente general, administrador, 2 recepcionistas, 1 ama de llaves, 4 en arreglo de habitaciones, 2 en lavandería, 2 en planchado, 1 en doblado de lencería, 2 en seguridad, 1 cocinero, 1 ayudante de cocina, 1 mozo y 1 limpia pisos. A continuación, se presentan los resultados obtenidos.

Tabla01: Perfil del personal del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014

Datos generales																									
Sexo				Procedencia						Edad															
Masculino		Femenino		Local		Nacional		Otros países		20-30		30-40		40-50		50-60		60-70							
N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%						
12	60,0	8	40,0	17	85,0	3	15,0	-	-	6	30,0	5	25,0	7	35,0	1	5,0	1	5,0						
Estudios																									
Nivel de estudios												Especialidad Vinculada con el puesto													
PI		PC		SI		SC		STI		STC		SUI		SUC		PG		EVP		ENVP					
N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%				
3	15,0	4	20,0	-	-	11	55,0	-	-	-	-	1	5,0	1	5,0	-	-	1	50,0	1	50,0				
Desempeño en la empresa																									
Área						Tiempo laborando en la empresa								Capacitación				Tipo de capacitación							
ADM		REC		LIM		OTRO		1-5		5-10		10-15		15-20		20-25		Si		No					
N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
2	10,0	2	10,0	11	55,0	5	25,0	2	10,0	13	65,0	1	5,0	2	10,0	2	10,0	-	-	20	100,0	-	-	-	-

Fuente: Elaboración propia.

Nivel de estudios: PI (Primaria incompleta); PC (Primaria completa); SI (Secundaria incompleta); SC (Secundaria completa); STI (Superior técnica incompleta); STC (Superior técnica completa); SUI (Superior universitaria incompleta); SUC (Superior universitaria completa); PG (pos grado) **Especialidad Vinculada con el puesto:** EVP (especialidad vinculada con el puesto) y ENVP (Especialidad no vinculada con el puesto) **Área:** ADM (Administrativa); REC (Recepción); LIM (Limpieza)

La Tabla 01 muestra los resultados obtenidos sobre el perfil del personal de la empresa “Hotel Buenos Aires”; la información fue dividida en tres secciones: datos generales, estudios, y desempeño en la empresa. A continuación, se analiza cada una de las secciones.

e.1. Sexo del personal del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.

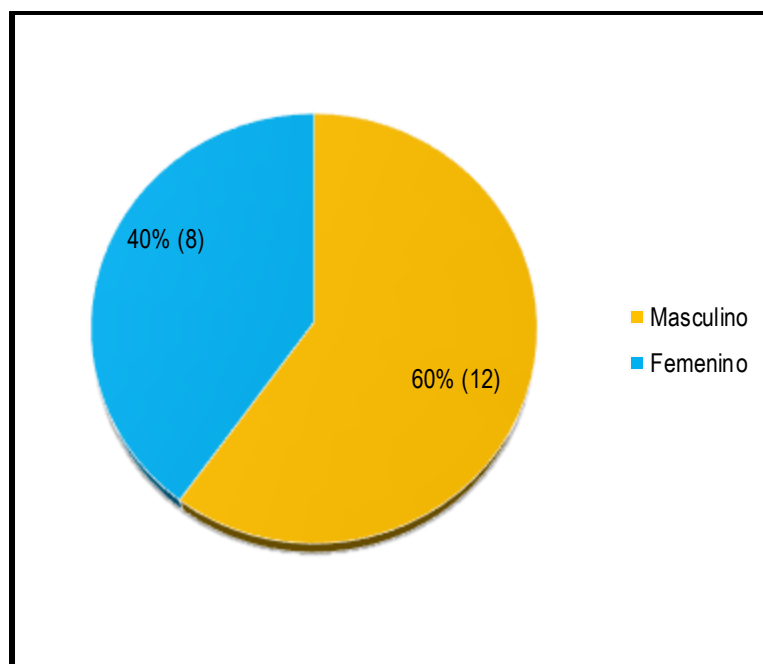


Figura 02: Sexo del personal del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014

Fuente: Tabla 01.

En lo referente al sexo, la Figura 02 muestra que la empresa trabaja con 20 empleados de los cuales 12 son varones que equivale a un 60% y 8 mujeres que equivale a un 40%.

e.2. Lugar de procedencia del personal del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014

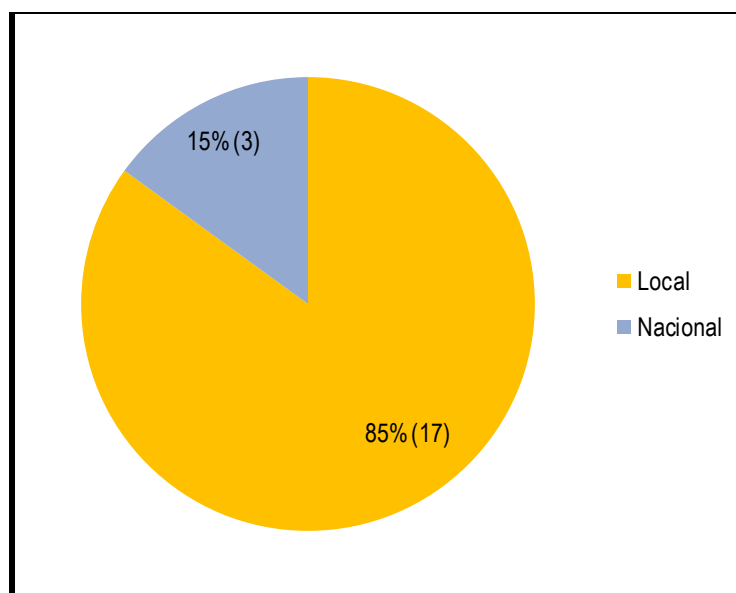


Figura 03: Procedencia del personal del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014

Fuente: Tabla 02.

En cuanto a la procedencia, la Figura 03 muestra que el 85% del personal es decir 17 colaboradores, son del distrito de Chimbote, mientras que 3 colaboradores son de la provincia de Pallasca que hace un 15 %.

e.3. Edad del personal del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014

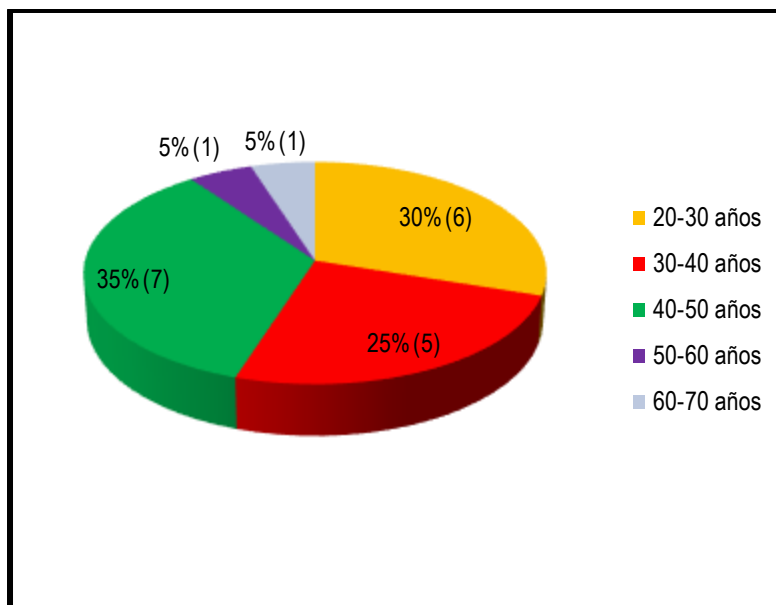


Figura 04: Edad del personal del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014

Fuente: Tabla 01.

La Figura 04 presenta que en cuanto a la edad del personal, se observa que el grupo etario que cuenta con el 35% de colaboradoras que hace a 7 personas, son de 40 a 50 años de edad, mientras que 30% de colaboradores que equivale a 6 personas son de 20 a 30 años, por otro lado hay 5 trabajadores que equivale al 25% están entre los 30 a 40 años, también hay 1 trabajador que es el 5% entre las edades de 50 a 60 años, del mismo modo hay otro colaborador que es el 5% entre las edades de 60 a 70 años.

e.4. Nivel de estudios del personal del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014

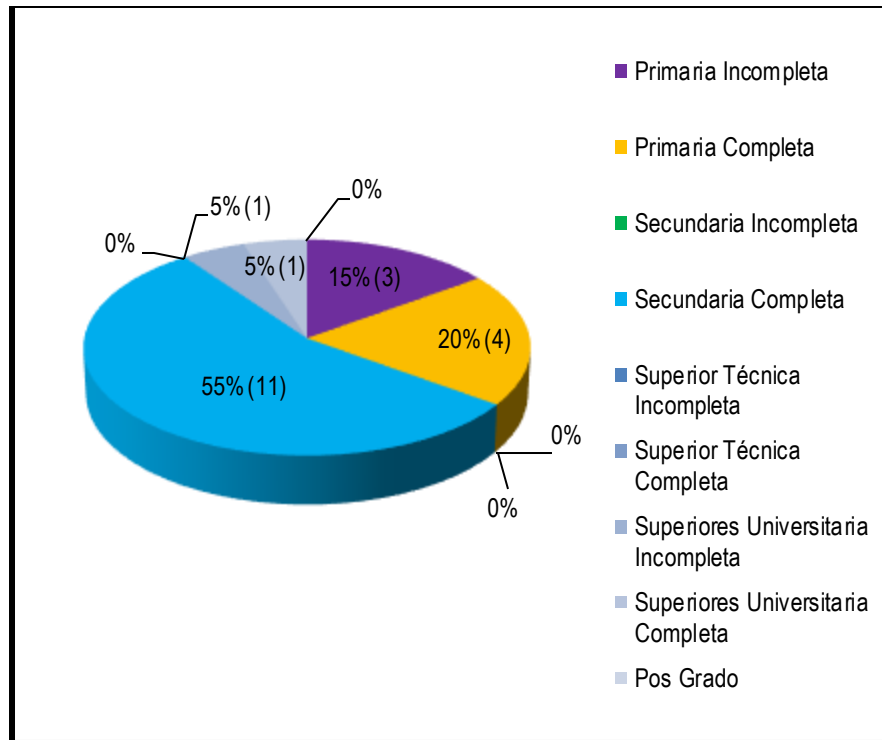


Figura 05: Nivel de estudios del personal del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014

Fuente: Tabla 01.

La segunda sección de la Tabla 01 presenta información referente a los estudios. Así, la Figura 05 presenta el nivel de estudios de los colaboradores. Se aprecia que el 90% del personal es decir 18 personas, cuentan solo con estudios escolares; donde 3 que es un 15% no culminaron la primaria, 4 que es un 20% culminaron la primaria y 11 que es un 55% terminaron la secundaria, 1 trabajador que es un 5% realizó estudios superiores, así mismo 1 trabajador que es un 5% no culminó sus estudios superiores.

e.5. Personal del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014 según el vínculo de su especialidad con el puesto de trabajo

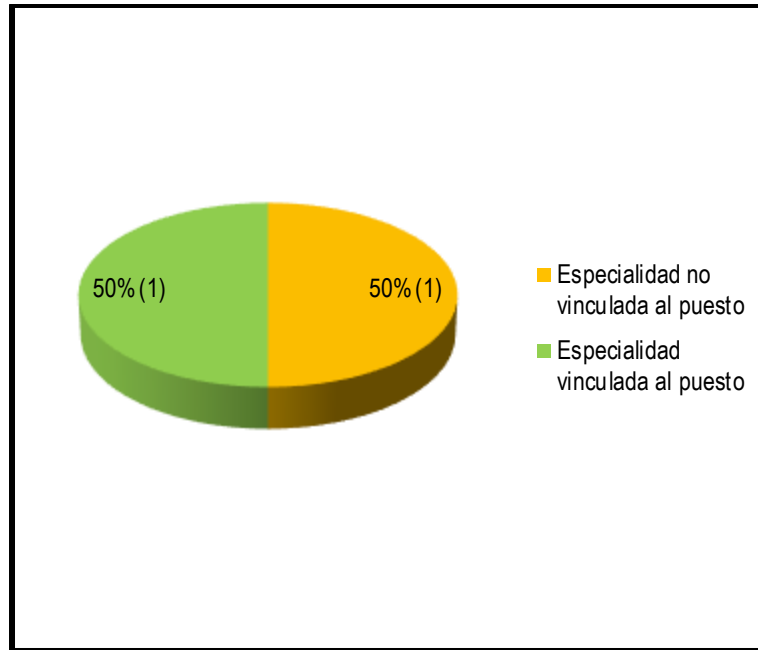


Figura 06: Personal del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014 según el vínculo de su especialidad con el puesto de trabajo

Fuente: Tabla 01.

La Figura 06 presenta la vinculación de la especialidad con el puesto de trabajo que ejerce cada trabajador, así, se aprecia que hay 1 trabajador que hace un 50% que cuenta con estudios superiores y hay otro 50% que su especialización no está relacionado al puesto.

e.6. Personal del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014, según el área en el que trabaja

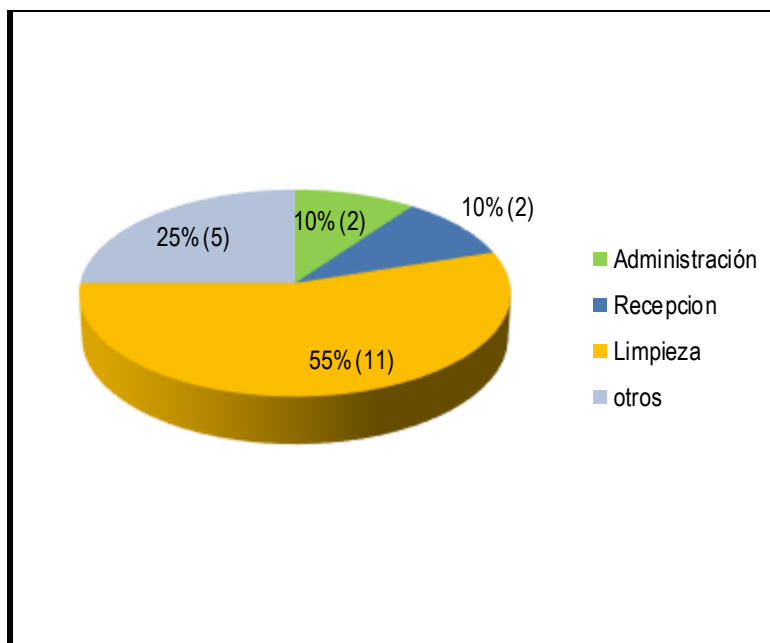


Figura 07: Personal del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014, según el área en el que trabaja

Fuente: Tabla 01.

La tercera sección de la Tabla 01 presenta información referente a desempeño en la empresa. Así, la Figura 07 presenta el área de desempeño de los colaboradores de la empresa. El personal cuenta con 20 colaboradores, distribuidos en 4 áreas; en el área de administración 2 trabajadores que es un 10%, en recepción trabajan 2 personas que es un 10%, limpieza trabajan 11 personas que equivale al 55% de trabajadores y en otras áreas trabajan 5 que equivale a un 25 %.

e.7. Personal del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014 según el tiempo que llevan laborando en la empresa

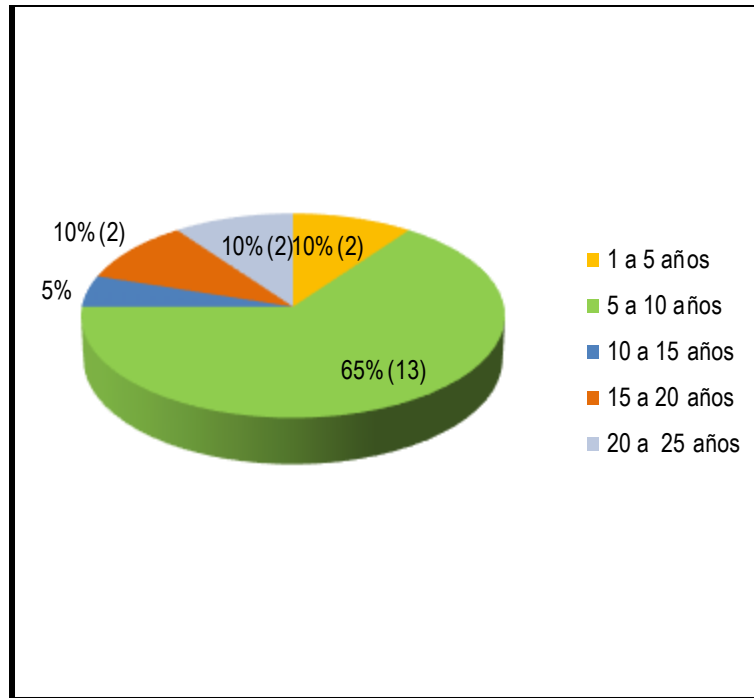


Figura 08: Personal del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014 según el tiempo que llevan laborando en la empresa

Fuente: Tabla 01.

En cuanto al tiempo laborando en la empresa en la Figura 08 muestra que el 65% de las colaboradoras (13 personas) llevan en la empresa entre 5 y 10 años, un 10% de los trabajadores (2 personas) llevan laborando de 1 a 5 años, otro 10% que equivale a 2 trabajadores laboran en la empresa de 15 a 20 años así mismo hay otro 10% que equivale a 2 trabajadores que llevan de 20 a 25 años desde sus inicios de la empresa y por último el otro 5% de los trabajadores (1 trabajador) lleva laborando de 10 a 15 años.

e.8. Personal del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014, según capacitación recibida en la empresa

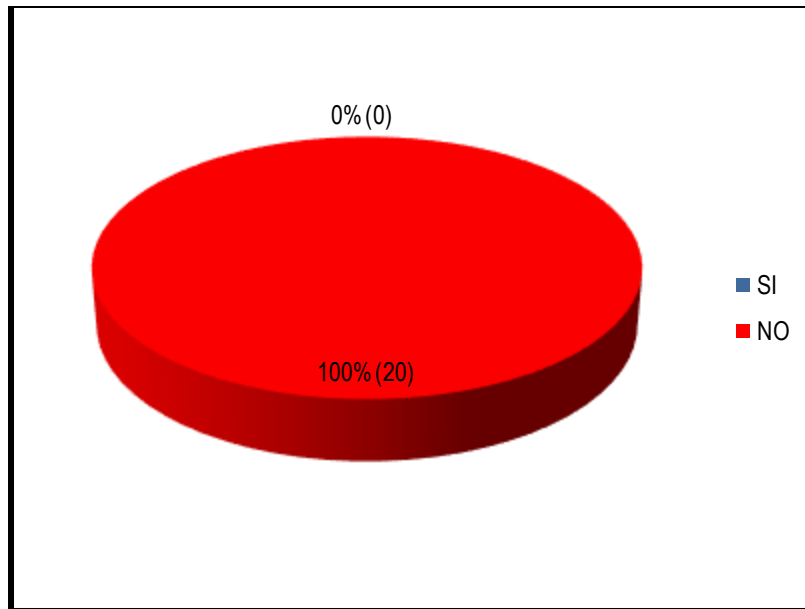


Figura 09: Personal del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014, según capacitación recibida en la empresa

Fuente: Tabla 01.

La Figura 09 presenta información respecto si el personal recibe o no capacitación, donde se aprecia que 100% del personal no recibe capacitaciones, que hace al total de trabajadores.

4.1.2.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.

En el presente apartado se muestra los cuadros con los resultados obtenidos con respecto al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas a través de la aplicación de las guías de observación que evalúan las buenas prácticas referentes a gestión administrativa, equipamiento e infraestructura, gestión del servicio, gestión medioambiental, y gestión sociocultural. A continuación se presenta las tablas e interpretación de resultados de cada uno de los estándares.

4.1.2.1.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión Administrativa en el hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.

A continuación, se presenta la tabla con los resultados referentes al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión administrativa en el hotel “Buenos Aires”.

Tabla 02: cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión Administrativa en el hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014

Sub dimensión	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
	Cumple	No cumple	Evaluados	Cumple	No cumple	Evaluados
Planificación	1	3	4	1,8%	5,4%	7,2 %
Organización	2	1	3	3,6%	1,8%	5,4 %
Gestión de Calidad	0	6	6	0,0%	10,7%	10,7 %
Gestión de Recursos Humano	7	8	15	12,5%	14,3%	26,8%
Gestión de Suministros y proveedores	4	1	5	7,2%	1,8%	8,9 %
Gestión de Seguridad	3	5	8	5,4%	8,9%	14,3%
Gestión Financiera y Contable	1	2	3	1,8%	3,6%	5,4%
Gestión de Comunicación y Marketing	11	1	12	19,6%	1,8%	21,4%
TOTAL	29	27	56	52,0%	48,0%	100%

Fuente: Elaboración propia.

a. **Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la planificación en el hotel “Buenos Aires”**

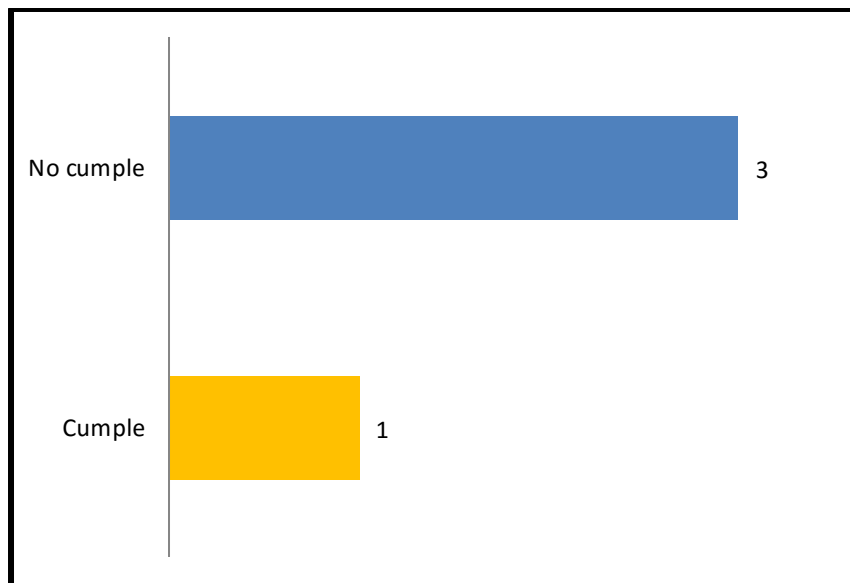


Figura 10: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la planificación en el hotel “Buenos Aires”

Fuente: Tabla 2

En la Figura 10, con respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la planificación en el hotel “Buenos Aires”, se evaluó 4 estándares de los cuales la empresa cumple con 1 estándar; puesto que; la empresa tiene definida su visión, misión, valores y objetivos; por otro lado, no se cumple con 3 estándares, ya que; no cuenta con planes operativos para cada área, ni con políticas establecidas, y tampoco cuenta con un plan de negocios.

b. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la organización en el hotel “Buenos Aires”.

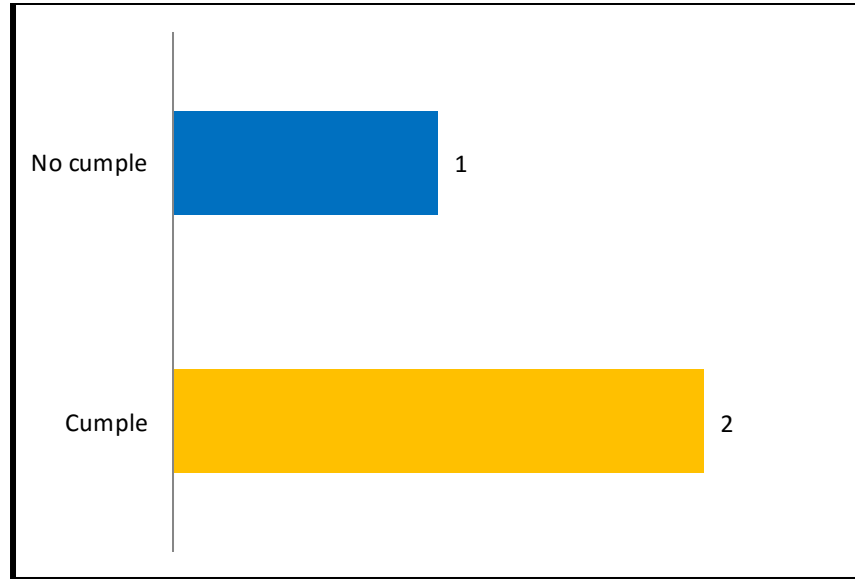


Figura 11: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la organización del hotel “Buenos Aires”

Fuente: Tabla 2

En la Figura 11, con respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la organización del hotel “Buenos Aires”, se evaluaron 3 estándares, de los cuales la empresa cumple con 2; puesto que; cuenta con un manual de organización y funciones, y con un sistema de comunicación formal. Por otro lado, no cumple con 1 estándar, ya que; no ha documentado sus procesos, estándares y requisitos del servicio y también no cuenta con un manual de procesos y procedimientos.

c. **Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de calidad del Hotel “Buenos Aires”.**

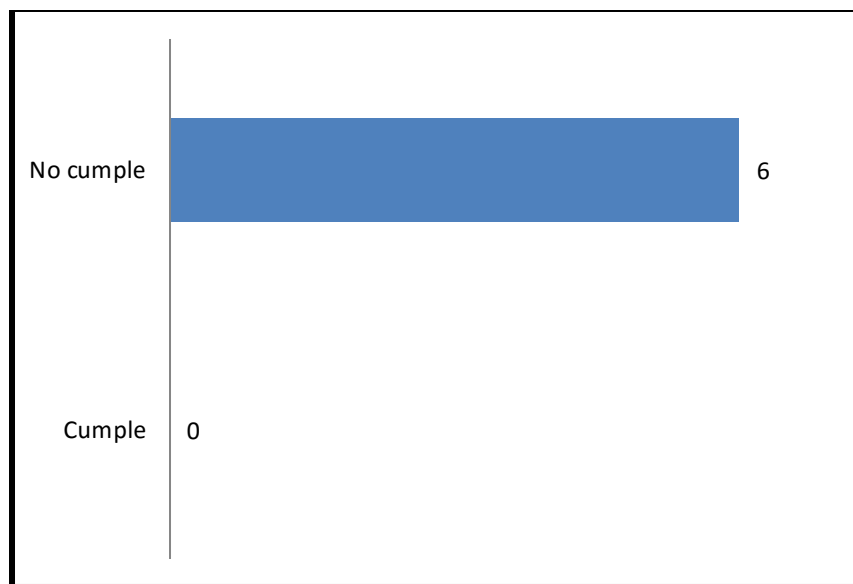


Figura 12: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de calidad del hotel “Buenos Aires”

Fuente: Tabla 2

En la Figura 12, con respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de calidad del hotel “Buenos Aires”, se evaluaron 6 estándares de los cuales la empresa no cumple con ninguno, ya que; la empresa no cuenta con un sistema de control de calidad del servicio, no ha logrado definir qué aspectos deben ser monitoreados para asegurar la calidad de los servicios que brinda; tampoco realiza auditorías internas periódicas, ni cuenta con un programa de acciones correctivas que ayuden a eliminar las causas de desviaciones, tampoco realiza un seguimiento y medición de la satisfacción del cliente, así mismo no mantiene un sistema de tratamiento de quejas, reclamos y sugerencias

d. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de recursos humanos del hotel “Buenos Aires”

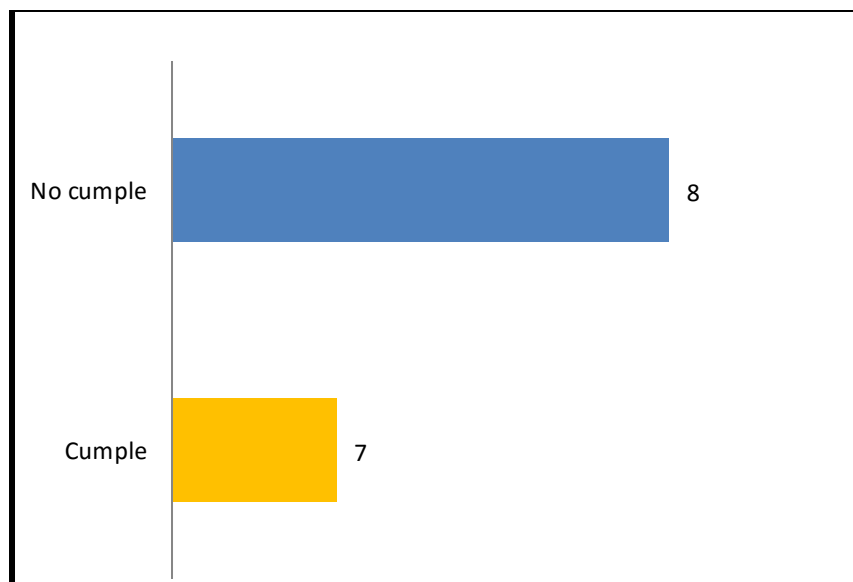


Figura 13: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de recursos humanos del hotel “Buenos Aires”

Fuente: Tabla 2

En la Figura 13, con respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de calidad del hotel “Buenos Aires”, se evaluaron 15 estándares de los cuales la empresa cumple con 7, ya que; la empresa ha definido el proceso de selección de su personal, cuenta con un archivo con los datos de su personal, también garantiza la igualdad de oportunidades de sus empleados, fomenta y difunde la práctica de valores y principios éticos en el personal, brinda remuneraciones más altas a lo que está establecido en la legislación laboral, también cumple con los beneficios sociales a los empleados y comunica, respeta la jornada laboral establecida por ley. Por otro lado, no cumple con 8 estándares, puesto que; no ha definido el perfil de los puestos de trabajo, no cuenta con programas de inducción para el personal, tampoco evalúa periódicamente al personal, no cuenta con programas de capacitación, no lleva reuniones frecuentes con el fin de tratar temas relacionados al trabajo, no comunica al personal los

resultados alcanzados en cuanto al servicios y satisfacción del cliente y no establece mecanismos para el personal comunique sus sugerencias.

e. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de suministros y proveedores del hotel “Buenos Aires”

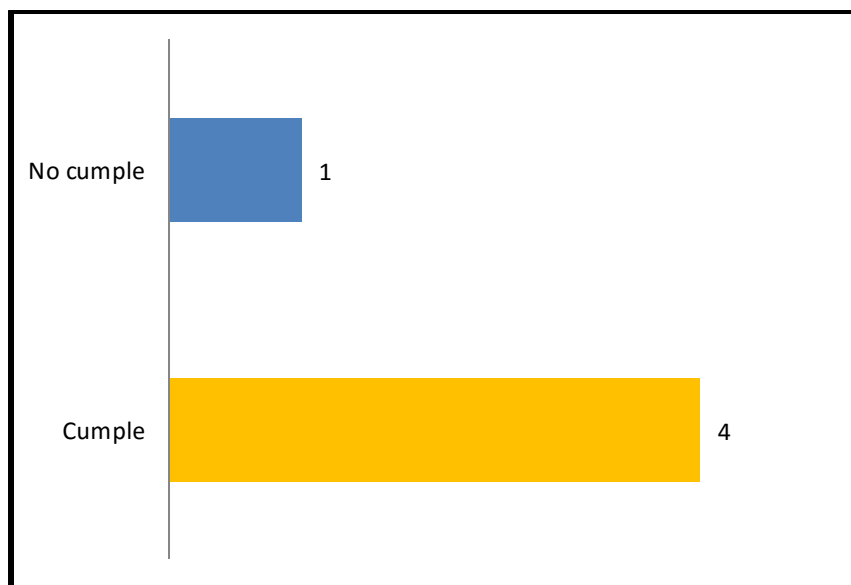


Figura 14: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de suministros y proveedores del hotel “Buenos Aires”

Fuente: Tabla 2

En la Figura 14, con respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de suministros y proveedores del hotel “Buenos Aires”, se evaluaron 5 estándares, de los cuales la empresa cumple con 4 estándares, puesto que; la empresa tiene definido un criterio para la selección de sus proveedores, siempre son locales cuenta con un registro de las características y datos de sus proveedores, y ha definido las condiciones de pedido, entrega y pagos, así mismo ha establecido horarios y procedimientos para la recepción de productos en este caso los días sábados por la mañana.

Por otro lado, no cumple con 1 estándar, ya que; no emplea formatos para formalizar sus pedidos.

f. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de seguridad del hotel “Buenos Aires”

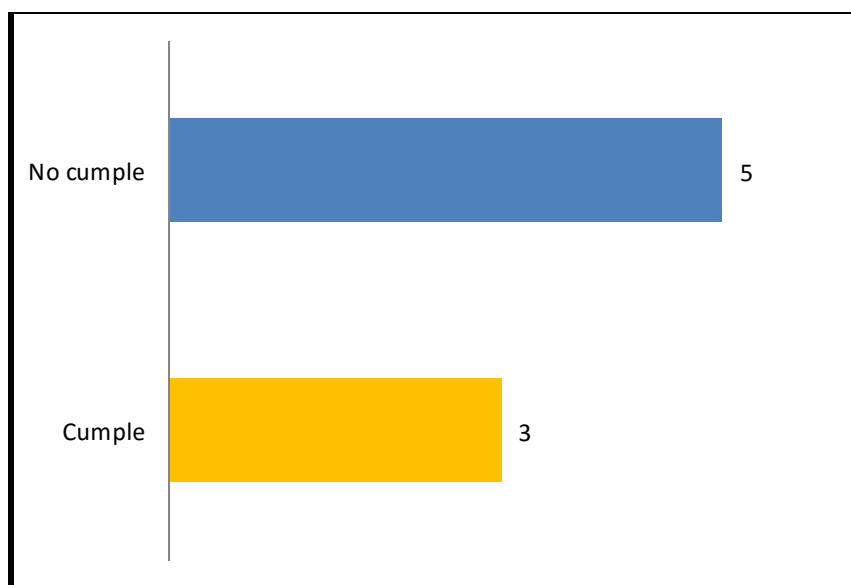


Figura 15: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de seguridad del hotel “Buenos Aires”

Fuente: Tabla 2

En la Figura15, con respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de seguridad del hotel “Buenos Aires”, se evaluaron 8 estándares de los cuales la empresa cumple con 3 estándares, ya que; tiene planes para atender emergencias, ya sean desastres naturales, accidentes o enfermedades, pues cuenta con kits de primeros auxilios, extintores, y en general con las medidas necesarias para actuar frente a cualquier emergencia. La empresa además cuenta con equipo y dispositivos de seguridad tanto para clientes como para los empleados y dispone de un listado actualizado de contactos para la atención en casos de emergencia, el cual se encuentra ubicado en la oficina administrativa. Por otro lado, no cumple con 5 estándares, puesto

que; no ha identificado los riesgos y peligros de manera formal, tampoco ha desarrollado planes para minimizar la situación de riesgo y peligro, tampoco brinda capacitación al personal sobre temas de seguridad, y no se ha implementado programas de simulacros y prácticas de seguridad ni tiene el certificado de defensa civil.

g. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión financiera y contable del Hotel “Buenos Aires”

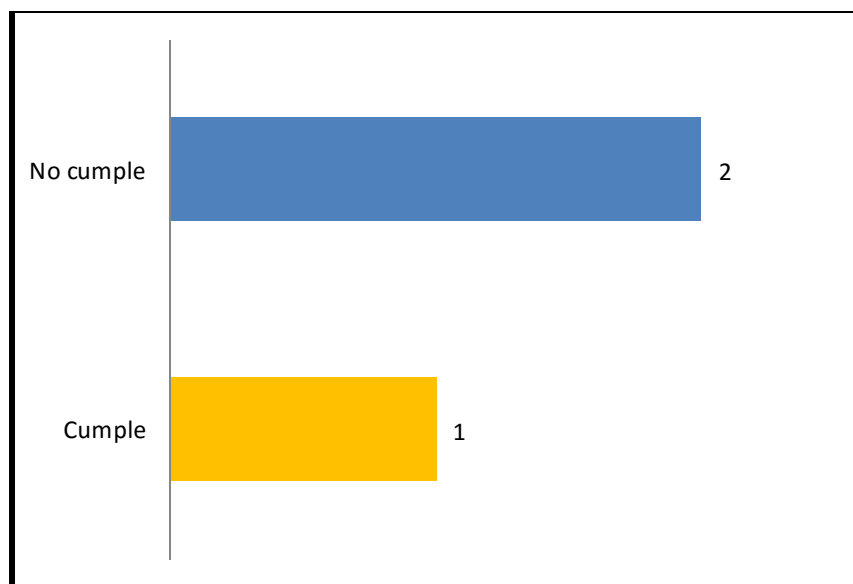


Figura 16: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión financiera y contable del hotel “Buenos Aires”

Fuente: Tabla 2

En la Figura 16, con respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión financiera y contable del hotel “Buenos Aires”, se evaluaron 3 estándares de los cuales la empresa cumple con 1, puesto que; cuenta con los servicios de un profesional en el campo financiero contable; por otro lado, no se cumple con 2 estándares, ya que; no dispone de un presupuesto general y presupuesto específico, y el propietario no cuenta con capacitación en temas financieros y contables.

h. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de comunicación y marketing del hotel “Buenos Aires”

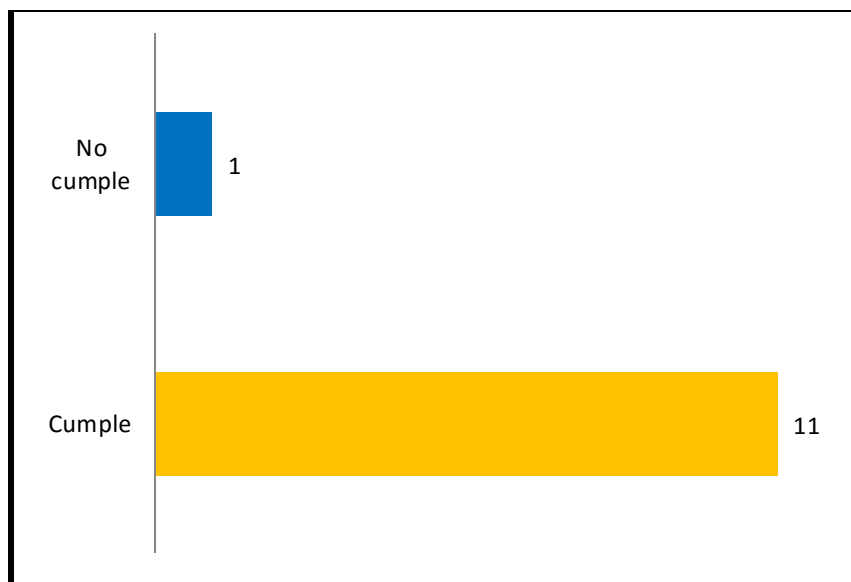


Figura 17: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de comunicación y marketing del hotel “Buenos Aires”

Fuente: Tabla 2

En la Figura 17, con respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de comunicación y marketing del hotel “Buenos Aires”, se evaluaron 12 estándares de los cuales la empresa cumple con 11 estándares, puesto que; la empresa cuenta con una marca y eslogan atractivo y coherente con el servicio que brinda; siendo la marca “Buenos Aires”, y el slogan “primero es la calidad y la tranquilidad del cliente”; además la empresa diseña sus servicios de acuerdo a las necesidades y expectativas de sus clientes, mantiene un registro de sus clientes, también ha firmado convenios con empresas conocidas con el fin de incrementar su demanda, así mismo ha establecido precios en base al mercado hotelero en Nuevo Chimbote y su demanda corporativa, también emplea medios de comunicación para promocionar su oferta en este caso el internet , la empresa además difunde información coherente con el

servicio que brinda, proporciona información al cliente sobre las condiciones de prestación de servicio, cuenta con tarifarios de su oferta hotelera, los cuales se encuentran en el área de recepción y pagina web , exhibe en un lugar visible las tarifas hoteleras así mismo las formas de pago. Por otro lado, no se cumple con 1 estándar, ya que; no cuenta con un estudio de mercado que ayude a la empresa a conocer la competencia y la demanda.

4.2.2.2.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de Servicio en el hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.

El cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión del servicio es importante en el desempeño de las actividades de un hotel ya que dependerá de que tan bueno sea este para incrementar clientes y mantener su fidelización.

A continuación se presentarán los resultados obtenidos de evaluar la gestión de servicio en el hotel “Buenos Aires”.

Tabla 3: cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de Servicios en el hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.

Subdimensión	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
	Cumple	No cumple	Evaluados	Cumple	No cumple	Evaluados
Reservas	7	0	7	7,1%	0,0%	7,1%
Atención del teléfono	7	0	7	7,1%	0,0%	7,1%
Ingreso del Huésped	19	1	20	19,2%	1,0%	20,2 %
Estadía	6	1	7	6,1%	1,0%	7,1 %
Salida del Huésped	13	0	13	13,1 %	0,0%	13,1%
Limpieza de Habitaciones	18	0	18	18,2%	0,0 %	18,2 %
Limpieza de áreas Comunes	7	0	7	7,1%	0,0 %	7,1 %
Preparación de Alimentos y Bebidas	4	0	4	4,1 %	0,0 %	4,1%
Servicio de Alimentos y bebidas	13	1	14	13,1 %	1,0%	14,1 %
Mantenimiento	2	0	2	2,0%	0,0%	2,0%
TOTAL	96	3	99	97,0%	3,0%	100%

Fuente: Elaboración propia.

a. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a reservas del hotel “Buenos Aires”

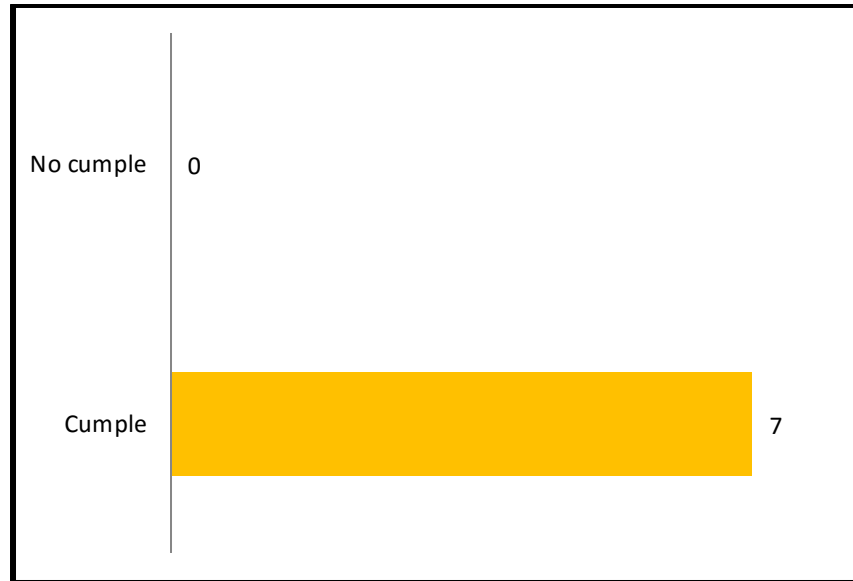


Figura 18: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a reservas en el hotel “Buenos Aires”

Fuente: Tabla 3

En la Figura 18, con respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a reservas en el hotel “Buenos Aires”, se evaluaron 7 estándares, de los cuales la empresa cumple con los 7, puesto que; cuenta con un sistema para controlar las reservas, las reservas se responden en un plazos establecidos, las reservas son reservadas indicando los datos de los huéspedes, como; características, cantidad de habitaciones, datos de contacto, y se informa sobre las políticas del establecimiento, las condiciones de reserva, posteriormente se reconfirma la información de la reserva de los clientes, se despiden con amabilidad y agradeciendo la reserva luego se informa a recepción sobre la reservas atendidas .

b. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a atención del teléfono del hotel “Buenos Aires”

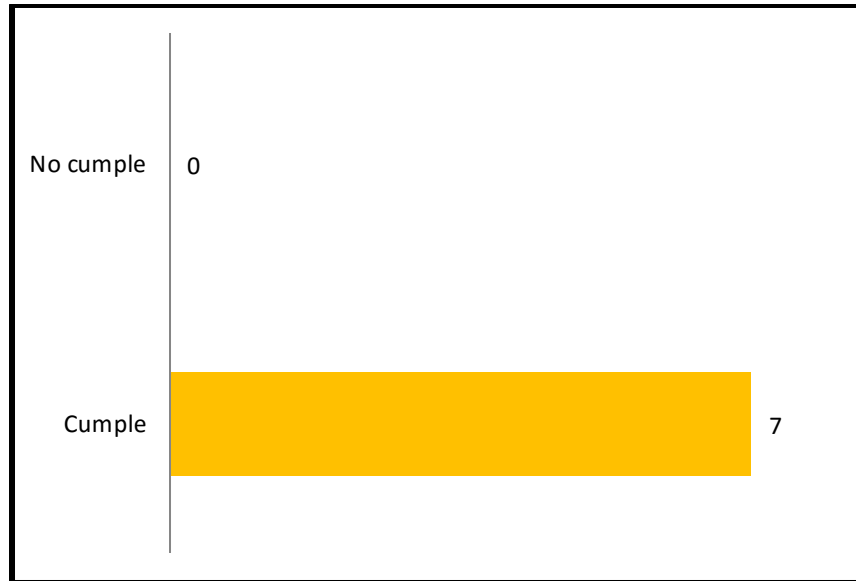


Figura 19: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a atención del teléfono del hotel Buenos Aires”

Fuente: Tabla 3

En la Figura 19, con respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a atención del teléfono del hotel Buenos Aires”, se evaluaron 7 estándares, de los cuales la empresa cumple con los 7 estándares, ya que; la empresa contesta antes de la tercera timbrada, saludan indican el nombre del establecimiento, emplea un tono de voz claro y amable, cuenta con una libreta para registrar los recados, piden el nombre para poder personalizar el servicio, se despiden con amabilidad agradeciendo la llamada y llevan un control exhaustivo de las llamadas telefónicas.

c. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al ingreso del huésped del hotel “Buenos Aires”

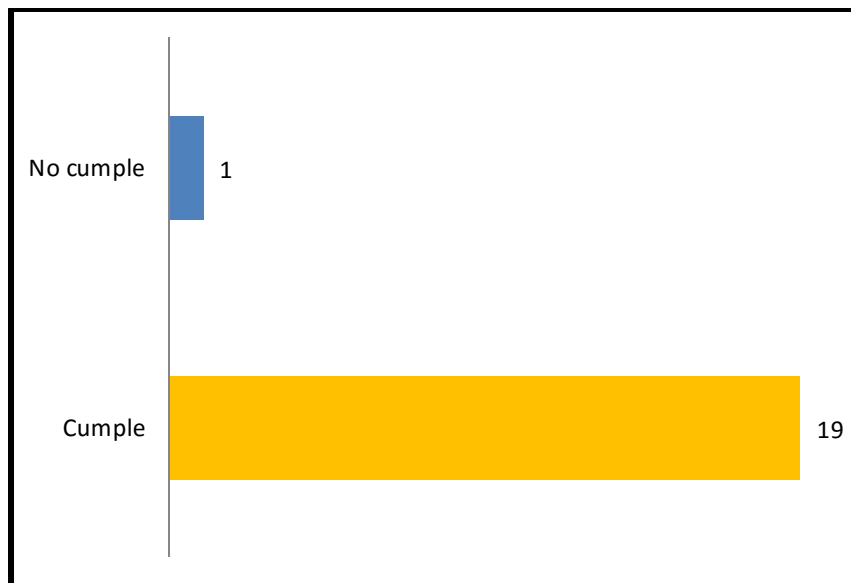


Figura 20: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al ingreso del huésped del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 3

En la Figura 20, con respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al ingreso del huésped del hotel “Buenos Aires”, se evaluaron 20 estándares, de los cuales la empresa cumple con 19, es decir; dispone de un método para gestionar el ingreso de los huéspedes, el personal está uniformado, presenta un cuidado esmerado de su persona, el personal de portería ayuda al huésped a bajar del vehículo, saluda y ofrece ayuda con el equipaje, también acompaña al huésped hasta la recepción, el recepcionista saluda con amabilidad para el registro de datos, luego informa sobre las condiciones de reserva o de la habitación, luego orienta sobre el llenado del registro, aplica las políticas de cobro, asigna la habitación de acuerdo a sus necesidades, informa sobre los servicios del establecimiento, entrega las llaves y control remoto al botones, apertura la cuenta del huésped e informan a los demás sobre su ingreso, el botones ayuda con el

equipaje al huésped y le conduce a su habitación, le invita entrar al huésped a su habitación, luego coloca el equipaje en el lugar establecido, verifica el funcionamiento de los equipos y se despide deseándole feliz estadía. Por otro lado, no se cumple; con 1 estándar, ya que recepción no saca copia de la identidad del huésped.

d. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la Estadía del hotel “Buenos Aires”

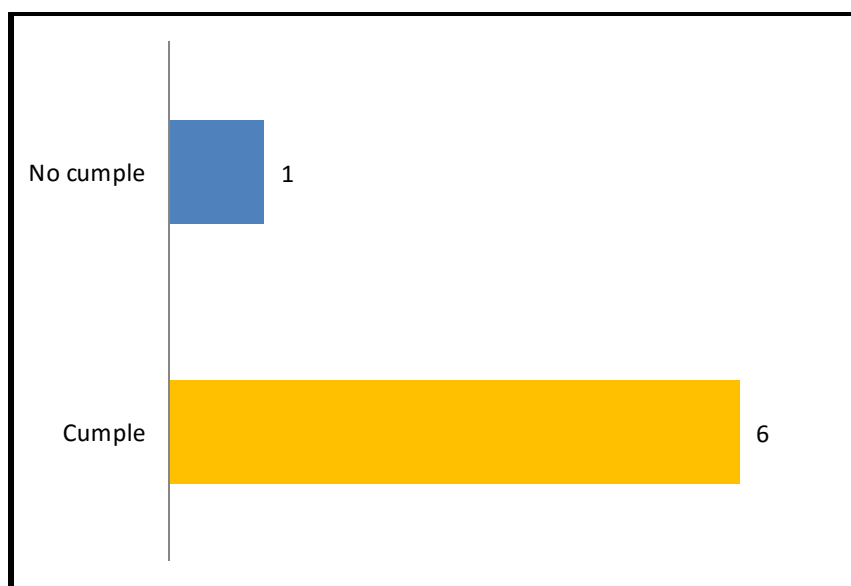


Figura 21: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a estadía del hotel “Buenos Aires”

Fuente: Tabla 3

En la Figura 21, con respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a estadía del hotel “Buenos Aires”, se evaluaron 7 estándares en la empresa de los cuales cumple con 6, puesto que; atiende las necesidades y pedidos del huésped de modo diligente, no brinda información del huésped a terceros, registra todos los consumos del huésped, elabora el reporte de ingresos, brinda información sobre lugares de interés, actividades sociales y atienden y dan solución a las quejas de los

clientes. Por otro lado, no se cumple con 1 estándar, ya que no cuenta con un cuaderno de ocurrencias.

e. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la salida del huésped del hotel “Buenos Aires”.

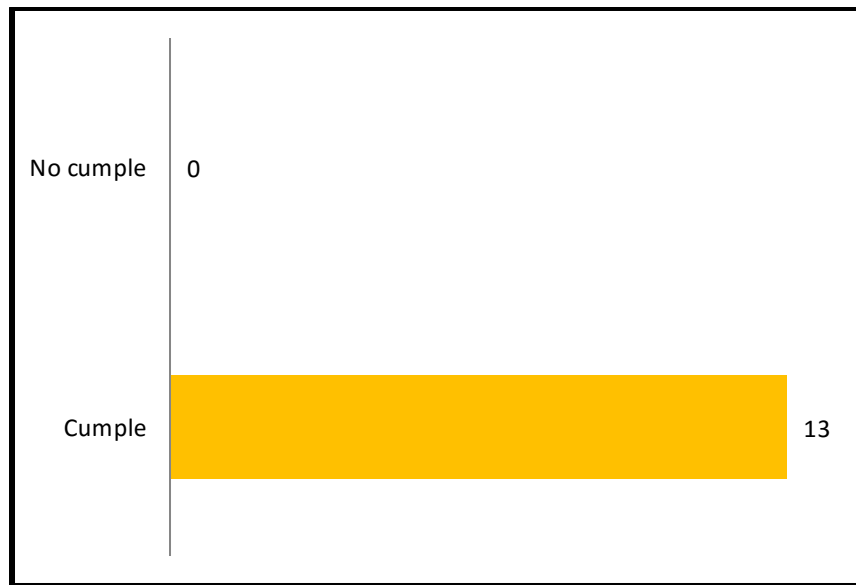


Figura 22: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la salida del huésped del hotel “Buenos Aires”

Fuente: Tabla 3

En la Figura 22, con respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la salida del huésped del hotel “Buenos Aires”, se evaluaron 13 estándares de los cuales la empresa cumple con los 13, ya que; la empresa dispone de un método para gestionar la salida de los huéspedes, recepción comunica al botones sobre la salida del huésped que le ayude con su equipaje, el botones verifica el estado de la habitación, el botones lleva el equipaje a la recepción, en recepción verifican los consumos y entrega la cuenta, elaboran el comprobante de pago según las indicaciones del cliente, el recepcionista cobra según como corresponda, al pagar el huésped se verifica que firme la copia de cargo, agradecen la estadía y desean un buen viaje al cliente, cierran

la cuenta y archivan el comprobante y comunican al personal de limpieza la salida del huésped.

f. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a limpieza de habitaciones del hotel “Buenos Aires”.

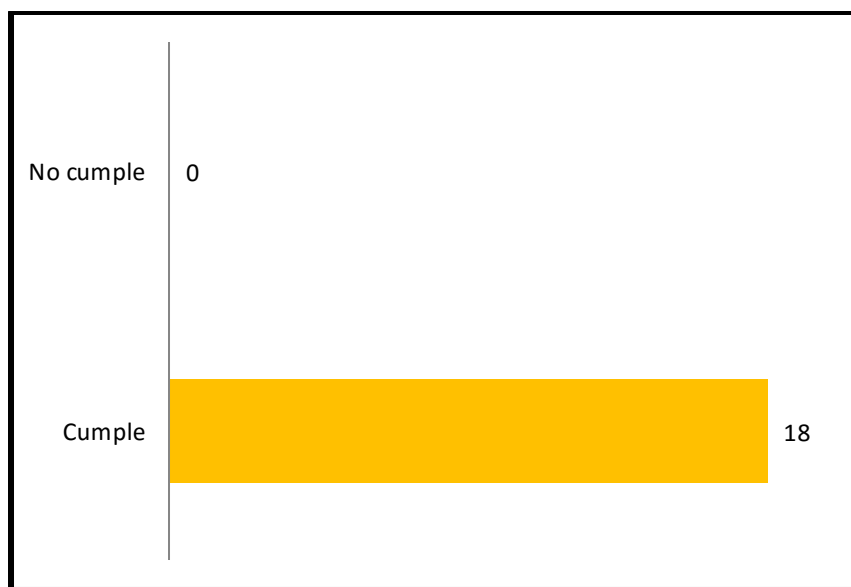


Figura 23: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a limpieza de habitaciones del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 3

En la Figura 23, con respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a limpieza de habitaciones del hotel “Buenos Aires”, se evaluaron 18 estándares de los cuales la empresa cumple con los 18 estándares, puesto que; el personal tiene asignado un número de habitaciones, también se establece prioridades en la limpieza de habitaciones, el personal tiene una rutina y técnica establecida, el personal toca la puerta antes de ingresar, ventilan la habitación antes de limpiar, verifican el funcionamiento de los equipos y desconectan, retiran la ropa sucia y basura de la habitación, limpian el baño empleando guantes y productos de limpieza, el personal dotan de suministros y toallas de baño, limpian la habitación de forma minuciosa, tienden la

cama según los estándares, mantienen en su lugar las pertenencias del huésped, se informa a recepción sobre los objetos olvidados, verifican el orden y limpieza antes de salir de la habitación, saludan de manera cordial a los huéspedes que encuentran a su paso y reportan averías a recepción.

g. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a limpieza de áreas comunes del hotel “Buenos Aires”.

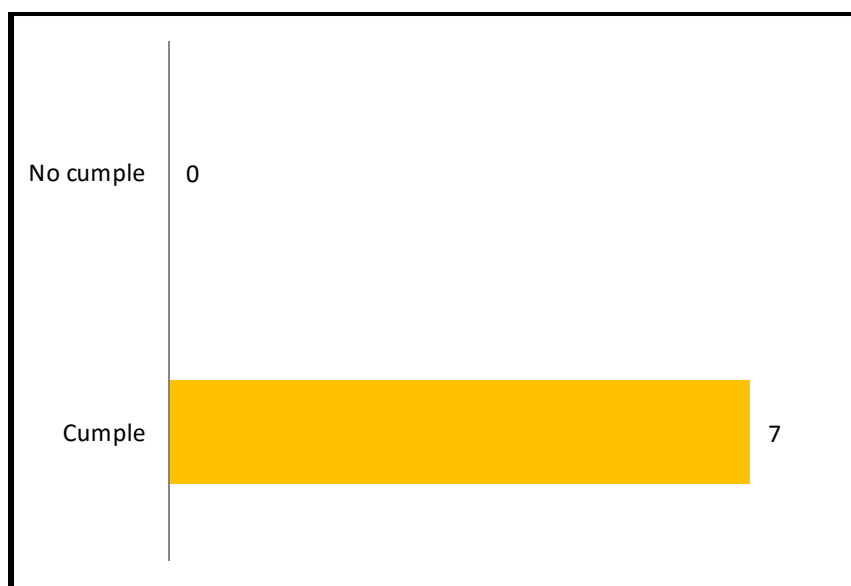


Figura 24: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a limpieza de áreas comunes del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 3

En la Figura 24, con respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a limpieza de áreas comunes del hotel “Buenos Aires”, se evaluaron 7 estándares de los cuales la empresa cumple con los 7 estándares, ya que; la empresa lleva a cabo la limpieza en horarios que no interrumpe al huésped, emplea equipos de señalización para evitar accidentes, entregan algún objeto que encontró a recepción, verifican funcionamientos de equipos e iluminación, reportan las averías y desperfectos

con el fin de solucionar, evitan poner elementos de limpieza al paso, antes de entrar a los servicios higiénicos se aseguran que no haya clientes .

i. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a preparación de alimentos y bebidas del hotel “Buenos Aires”.

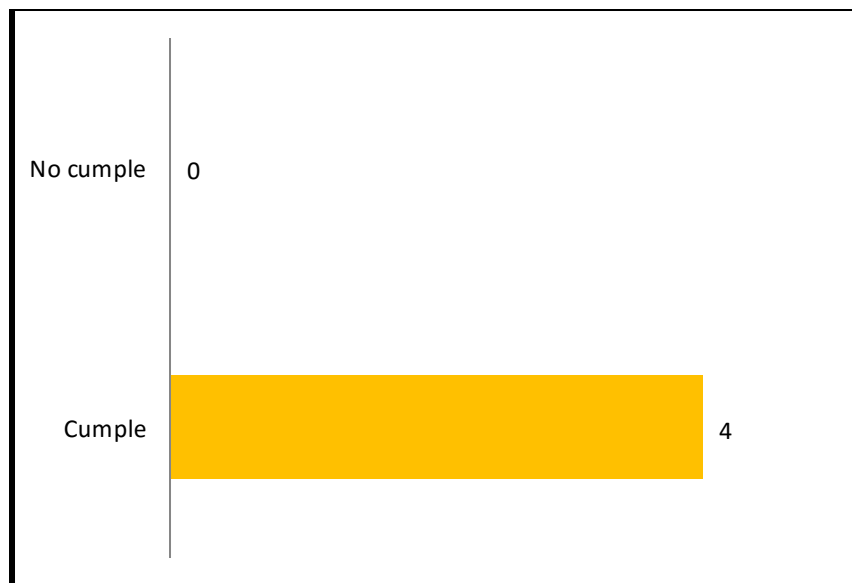


Figura 25: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a preparación de alimentos y bebidas del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 3

En la Figura 25, con respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a preparación de alimentos y bebidas del hotel “Buenos Aires”, se evaluaron 4 estándares de los cuales la empresa cumple con los 4, puesto que; el personal realiza sus actividades respetando las normas de higiene, se guían de recetas estándar para preparar platos, elaboran los platos en el tiempo establecido, y cuidan la presentación de los platos terminados.

i. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a servicio de alimentos y bebidas del hotel “Buenos Aires”.

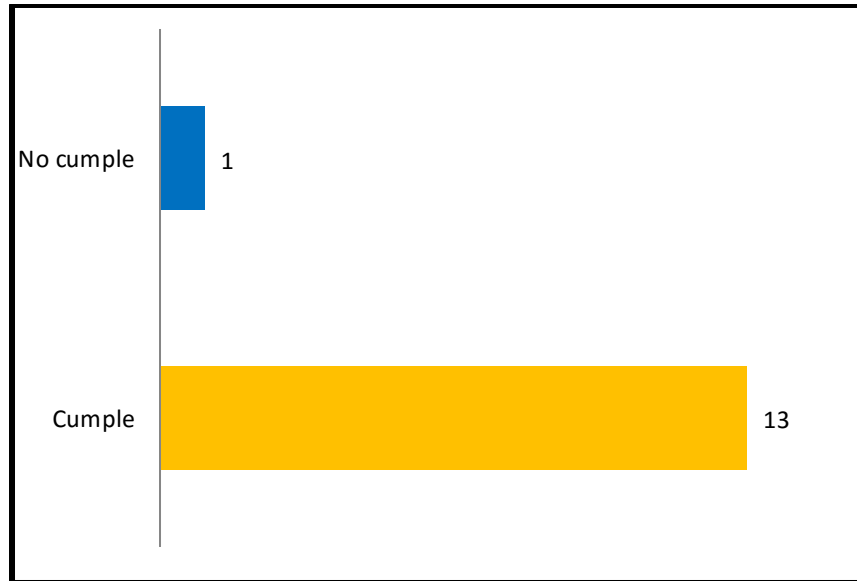


Figura 26: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a servicios de alimentos y bebidas del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 3

En la Figura 26, con respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a servicios de alimentos y bebidas del hotel “Buenos Aires”, se evaluaron 14 estándares, de los cuales la empresa cumple con 13, puesto que; cuenta con personal de atención en el restaurante que saluda con amabilidad al huésped, recomienda una ubicación a los clientes, ayuda con las sillas, ofrece la carta abierta, atiende los pedidos de los huéspedes, el personal posee conocimiento de la oferta gastronómica, sirven los platos a la mesa todos a la vez, evitan tocar los alimentos con las manos, mantienen la atención constante a las necesidades del cliente durante el servicio y agradecen la presencia de los huéspedes con amabilidad. Por otro lado, no se cumple con 1 estándar, ya que; no sirven primero a las damas, luego caballeros, adultos y finalmente al anfitrión.

j. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a mantenimiento del hotel “Buenos Aires”.

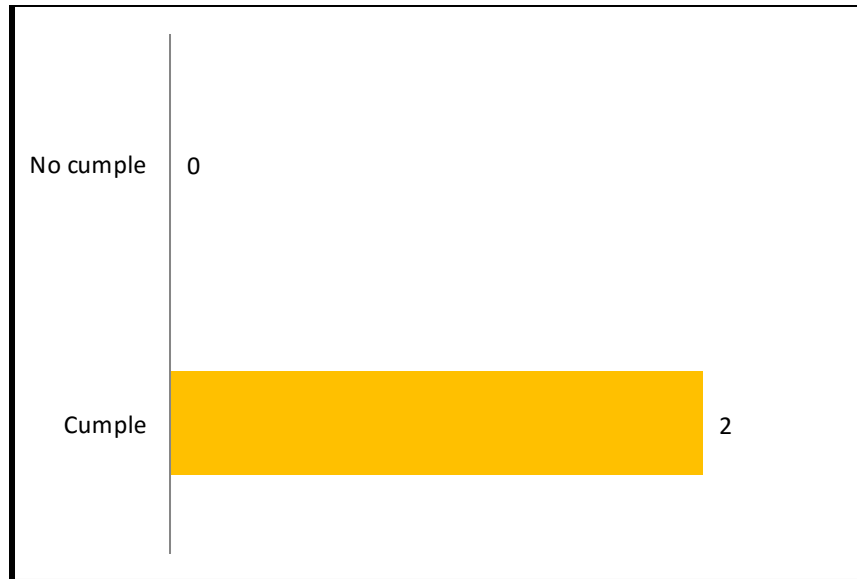


Figura 27: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a mantenimiento del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 3

En la Figura 27, con respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a mantenimiento del hotel “Buenos Aires”, se evaluaron 2 estándares de los cuales la empresa cumple con los 2, puesto que; la empresa cuenta con un plan de mantenimiento preventivo de instalaciones y equipamiento así también con un registro de las intervenciones de mantenimiento correctivo.

4.1.2.3.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a equipamiento e infraestructura en el hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014

En el hotel el equipamiento e infraestructura son de gran importancia, ya que forma parte de la primera impresión que tiene el cliente sobre la empresa, asimismo, es el soporte físico del que se valen los recursos humanos para poder desarrollar sus actividades, y la calidad de estos será determinante para poder brindar un servicio adecuado.

A continuación se presentarán los resultados obtenidos de evaluar el equipamiento e infraestructura en el hotel “Buenos Aires”

Tabla 04: cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al equipamiento e infraestructura en el hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.

Sub dimensión	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
	Cumple	No cumple	Evalutados	Cumple	No cumple	Evalutados
Exterior	11	0	11	12,1%	0,0%	12,1%
Recepción	17	2	19	18,7%	2,2%	20,9%
Áreas Comunes	10	1	11	11,0%	1,1%	12,1 %
Oficinas	2	0	2	2,2%	0,0%	2,2 %
Habitaciones	16	2	18	17,6 %	2,2%	19,8 %
Almacén de Pisos	5	0	5	5,5 %	0,0 %	5,5 %
Comedor	13	0	13	14,3 %	0,0 %	14,3 %
Cocina	8	1	9	8,8 %	1,1 %	9,9 %
Área de Personal	3	0	3	3,3 %	0,0%	3,3%
TOTAL	85	6	91	93,4%	6,6%	100%

Fuente: Elaboración propia.

a. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al exterior del hotel “Buenos Aires”.

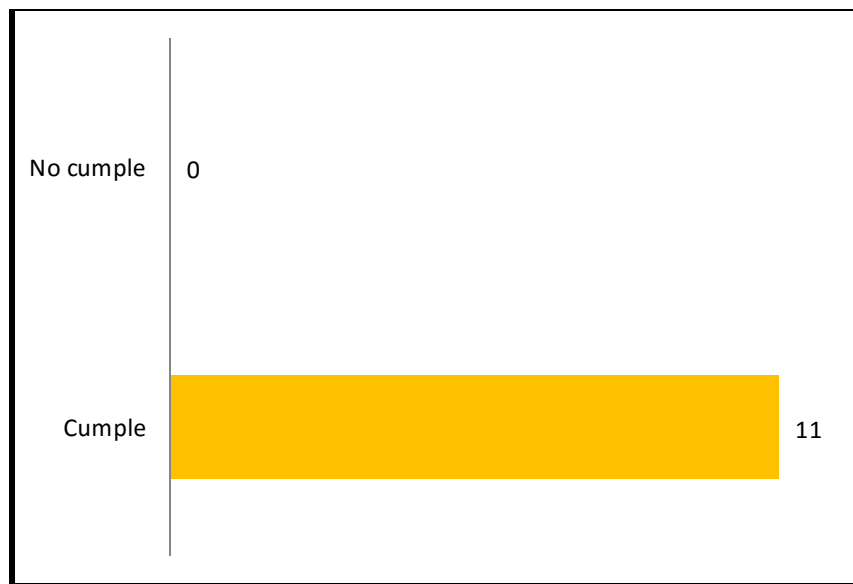


Figura 28: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al exterior del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 4

En la Figura 28, con respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al exterior del hotel “Buenos Aires”, se evaluaron 11 estándares de los cuales la empresa cumple con los 11, ya que; la empresa esta ubicada en un lugar accesible, tiene limpieza en el entorno, se ubica en una zona segura, cuenta con un panel visible y atractivo en la fachada, presenta icono de clasificación y/o categorización, cuenta con buena iluminación, tiene estacionamiento privado, cuenta con espacios verdes, cuenta con vigilancia externa, y con accesos independiente para proveedores.

b. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a recepción del hotel “Buenos Aires”.

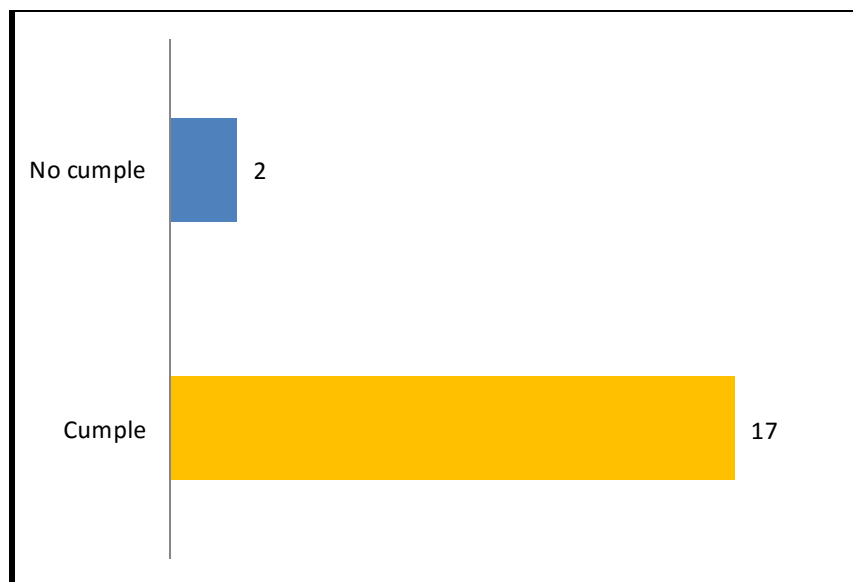


Figura 29: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a recepción del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 4

En la Figura 29, con respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a recepción del hotel “Buenos Aires”, se evaluaron 19 estándares, de los cuales la empresa cumple con 17, puesto que; la empresa tiene una recepción en un lugar de fácil acceso y visible, cuenta con un palomar y bien ubicado. Cuenta con distribución y mobiliario adecuado, tiene un botiquín, posee una decoración cálida y armoniosa, tiene un almacén de equipaje, también equipos de teléfono y computadoras, cuenta con tarifarios visibles, los llaveros están enumerados, posee con un rack para material publicitario e informativo, tiene extintor, señalización de seguridad y luces de emergencia, también una buena iluminación, presenta un olor agradable, las condiciones de limpieza son óptimas, y cuenta con un libro de reclamos. Por otro lado, la empresa no cumple con 2 estándares, ya que; no tiene un buzón de sugerencia y tampoco exhibe las licencias correspondientes.

c. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a áreas comunes del hotel “Buenos Aires”.

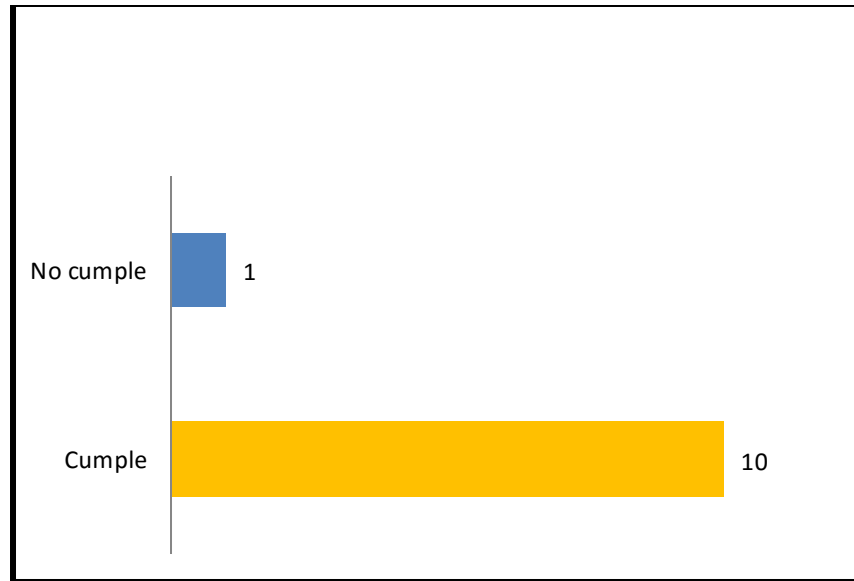


Figura 30: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a áreas comunes del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 4

En la Figura 30, con respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a áreas comunes del hotel “Buenos Aires”, se evaluaron 11 estándares, de los cuales la empresa cumple con 10, puesto que; cuenta con señalización de seguridad y extintores, tiene luces de emergencia, también una decoración armoniosa con el estilo establecido, los pasadizos se encuentra permanentemente limpios, así también los pasadizos y escaleras tienen una buena iluminación, la sala de estar tiene todo lo necesario, tiene servicios higiénicos para cada sexo, y lo suministran con lo necesario y están siempre limpios. Por otro lado, no cumple con 1 estándar, ya que; no cuenta con un registro para controlar la limpieza de los servicios higiénicos.

d. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a oficinas del hotel “Buenos Aires”.

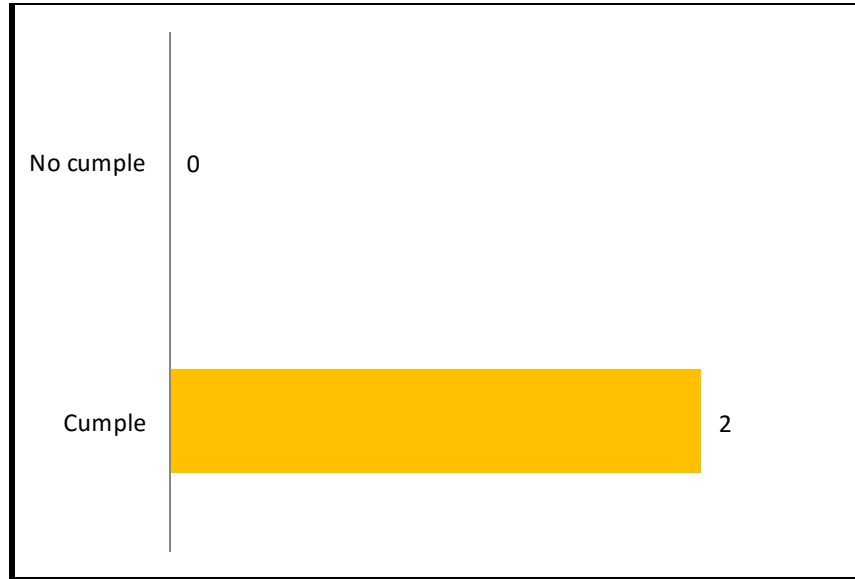


Figura 31: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a oficinas del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 4

En la Figura 31, con respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a oficinas del hotel “Buenos Aires”, se evaluaron 2 estándares de los cuales la empresa cumple con los 2, ya que; la empresa tiene una oficina administrativa, y cuenta con equipos e implementación necesaria.

e. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a habitaciones del hotel “Buenos Aires”.

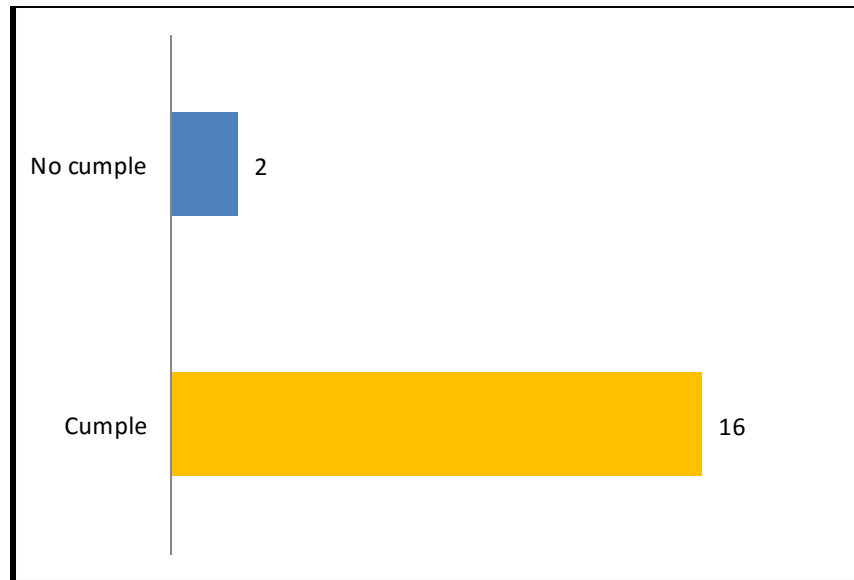


Figura 32: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a habitaciones del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 4

En la Figura 32, con respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a habitaciones del hotel “Buenos Aires”, se evaluaron 18 estándares, de los cuales la empresa cumple con 16, puesto que; tiene habitaciones con numeración exterior, la cerradura de la puerta brinda seguridad, la decoración es agradable y armoniosa, la limpieza es óptima, cuenta con mobiliario y equipamiento básico, y mobiliario complementario, la limpieza es óptima, la distribución es adecuada, mantiene patrón comunes en los blancos, tiene baño propio con implementos necesarios, tienen amenités con una buena presentación, el olor es agradable, cuenta con aislamiento acústico, sistema de agua caliente las 24 horas, tiene un sistema de ventilación y material informativo de escritorio. Por otro lado, no se cumple con 2 estándares, ya que; las

habitaciones no cuentan con un reglamento del establecimiento y tampoco un plano de ubicación.

f. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a almacén de pisos del hotel “Buenos Aires”.

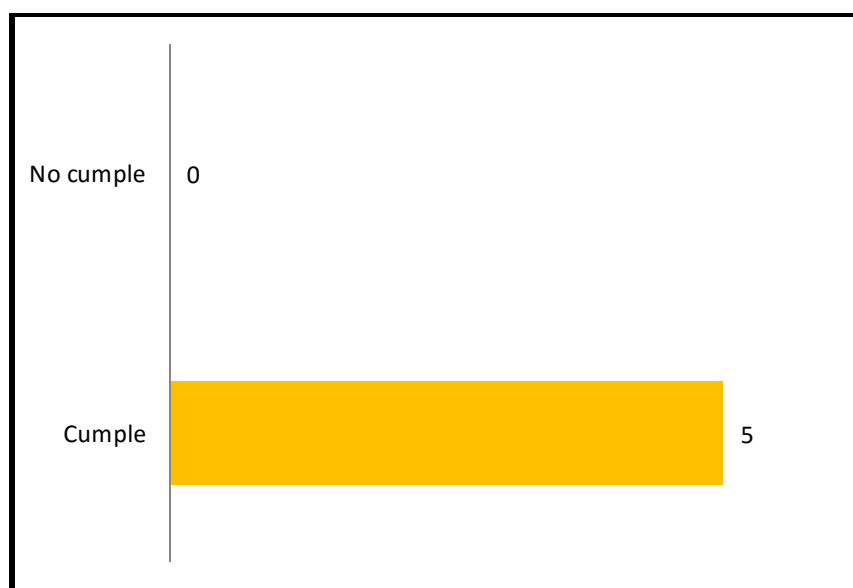


Figura 33: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a almacén de pisos del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 4

En la Figura 33, con relación al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a almacén de pisos del hotel “Buenos Aires”, se evaluaron 5 estándares de los cuales la empresa cumple con los 5 estándares, ya que; la empresa cuenta con almacén de pisos, los estanes se encuentran en buen estado, tiene un kardex para controlar el inventario y cuenta con equipo, utensilios, materiales de limpieza y ropa de cama.

g. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a comedor del hotel “Buenos Aires”.

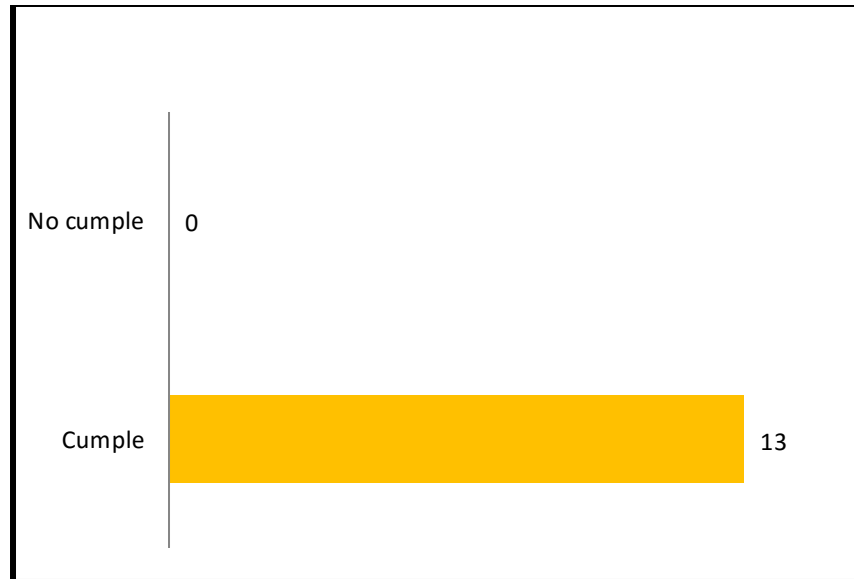


Figura 34: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a comedor del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 4

En la Figura 34, con respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a comedor del hotel “Buenos Aires”, se evaluaron 13 estándares de los cuales la empresa cumple con los 13 estándares, puesto que; la empresa tiene un comedor ubicado en un fácil acceso, presenta condiciones adecuadas de limpieza, la decoración es agradable y armoniosa, tiene un sistema de ventilación, el olor es agradable, el mobiliario está en buen estado, también está distribuido de forma adecuado, tiene equipos de música y televisión, extintores luces de emergencia, estaciones de servicios debidamente organizado, dispone de vagilia cristalina, utensilios en cantidades necesarias para atender al huésped y emplea estos utensilios de acuerdo a las características del establecimiento.

h. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a cocina del hotel “Buenos Aires”.

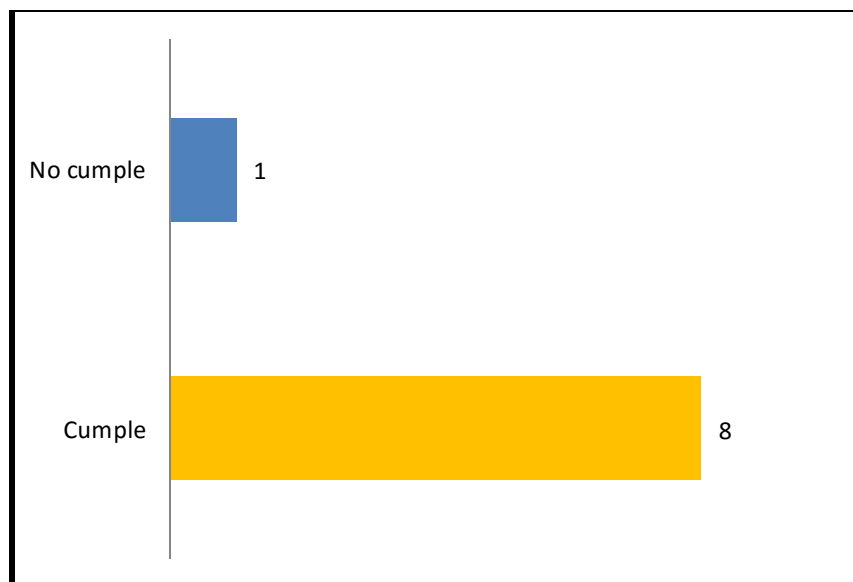


Figura 35: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a cocina del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 4

En la Figura 35, con respecto cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a cocina del hotel “Buenos Aires”, se evaluaron 9 estándares, de los cuales la empresa cumple con 8, puesto que; tiene una cocina con suministros de agua permanente, iluminación adecuada, ventilación, piso con material antideslizante, las paredes están revistas con material lizo fácil de limpiar, los equipos están en buen estado, los utensilios de la cocina están en buen estado, la limpieza es adecuada y tiene contenedores de desperdicios ubicado de forma adecuada y limpia. Por otro lado, no se cumple con 1 estándar, ya que; la cocina no tiene campana extractora en buenas condiciones.

j. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a área del personal del hotel “Buenos Aires”.

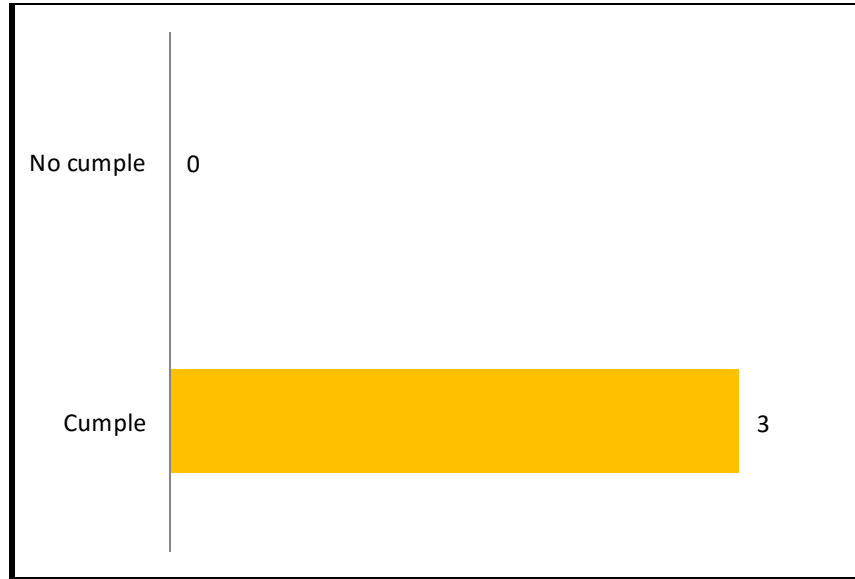


Figura 36: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a área del personal del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 4

En la Figura 36, con respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a área del personal del hotel “Buenos Aires”, se evaluaron 3 estándares de los cuales la empresa cumple con los 3, ya que; la empresa tiene una área segura destinada para el personal deje sus pertenencias, la empresa cuenta con servicios higiénicos en buenas condiciones, y tienen una área destinada para que el personal tome sus alimentos.

2.1.2.4.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión medioambiental en el hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.

Las buenas prácticas en cuanto a la gestión medioambiental muestran el grado de conciencia y consideración que posee una empresa con respecto al entorno que lo rodea, y en general al medio ambiente; al respecto al Mincetur (2012), manifiesta que 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.

A continuación, se presentan los resultados de la evaluación hecha sobre los estándares de calidad que cumple la empresa en cuanto a la gestión medioambiental.

Tabla 05: cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión medio ambiental en el hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.

Subdimensión	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
	Cumple	No cumple	Evaluados	Cumple	No cumple	Evaluados
Uso del agua	2	4	6	8,0%	16,0%	24,0 %
Uso de la energía	6	2	8	24,0%	8,0%	32,0 %
Consumo de productos	3	4	7	12,0%	16,0%	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	13	12	25	52,0%	48,0%	100%

Fuente: Elaboración propia.

a. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al uso del agua del hotel “Buenos Aires”.

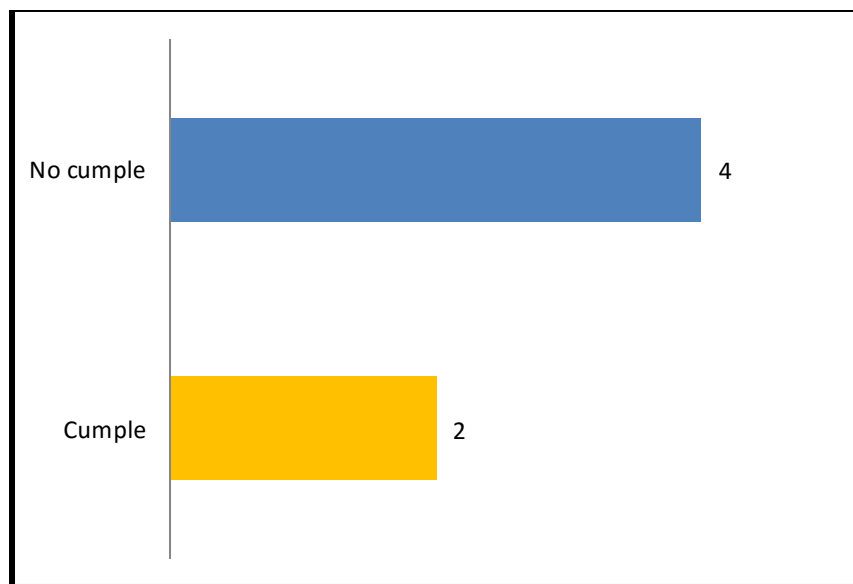


Figura 37: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al uso del agua del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 5

En la Figura 37, con respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al uso del agua del hotel “Buenos Aires”, se evaluaron 6 estándares, y la empresa cumple con 2 estándares, puesto que; llevan un control de consumo archivando los recibos mensuales asimismo, la empresa lleva a cabo revisiones periódicas de las instalaciones de agua. Por otro lado no cumple con 4 estándares ya que; la empresa no cuenta con equipos que contribuyan al ahorro de agua; no sensibiliza y capacita al personal sobre el uso adecuado del agua; ni tampoco comunica a su clientes las medidas que permiten ahorrar agua.

b. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al uso de energía del hotel “Buenos Aires”.

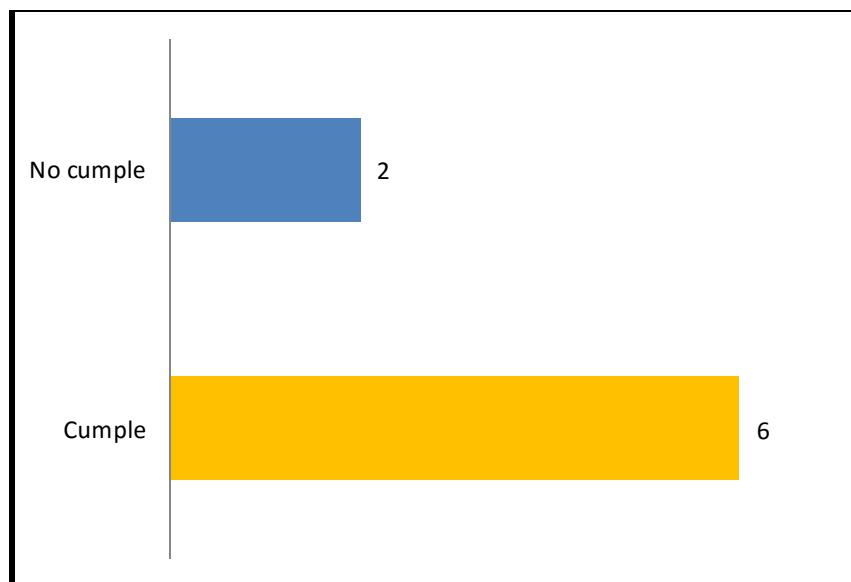


Figura 38: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al uso de energía del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 5

En la Figura 38, con relación al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al uso de energía el hotel “Buenos Aires”, se evaluaron 8 estándares de los cuales la empresa cumple con 6 estándares, puesto que; adopta medidas para el máximo aprovechamiento de la luz natural por las mañanas y las tardes; la empresa trata de no prender los focos teniendo una hora indicada para hacerlo, la empresa promueve el apagado de luces y equipos cuando no están en uso, se lleva además un control de consumo de energía utilizando focos ahorradores en todo el establecimiento; se da el mantenimiento adecuado a equipos eléctricos cada determinado tiempo; se usan interruptores independientes para iluminar las zonas de un mismo lugar. Por otro lado la empresa no cumple con 2 estándares, ya que; la empresa no cuenta con programas para el uso eficiente de la energía eléctrica; y no cuenta con buena ventilación y aislamiento térmico para recurrir lo menos posible a la climatización.

c. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a consumo de productos del hotel “Buenos Aires”.

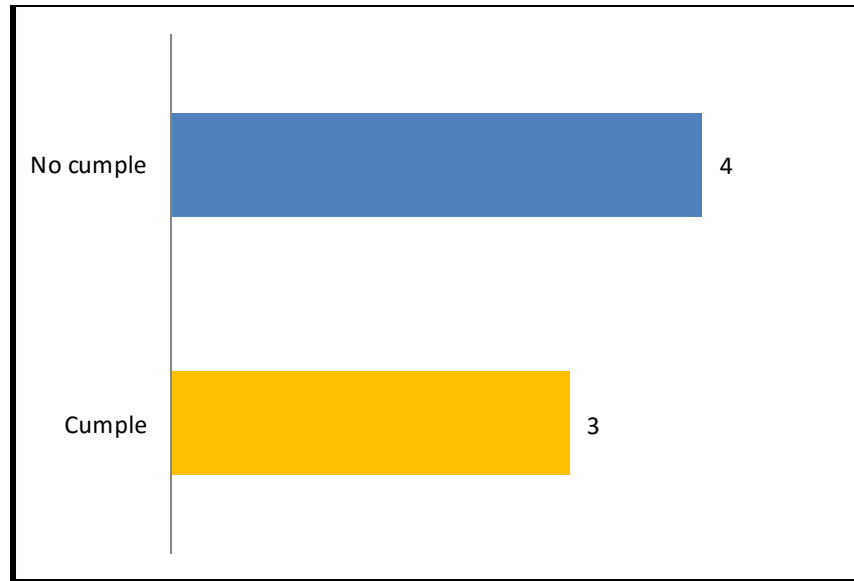


Figura 39: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a consumo de productos del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 5

En la Figura 39, con relación al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a consumo de productos del hotel “Buenos Aires”, se evaluaron 7 estándares de los cuales la empresa cumple con 3 estándares, puesto que; emplea productos de limpieza de bajo impacto al medio ambiente; porque son menos fuertes e intensos como los comunes, la empresa prefiere la compra de productos en envases retornables, lo hace porque es una manera de proteger el medio ambiente, también la empresa usa en lo posible el correo electrónico para reducir el uso de tinta y papel. Por otro lado no cumple la empresa con 4 estándares, ya que; la empresa no emplea dosificadores para el uso óptimo de los productos; la empresa no contrata a proveedores que brindar productos respetuosos con el medioambiente; la empresa no imprime el papel por las dos caras y tampoco no consume especies protegidas o sus derivados ni especies hidrobiológicas fuera de sus talla mínima.

c. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a gestión de residuos del hotel “Buenos Aires”.

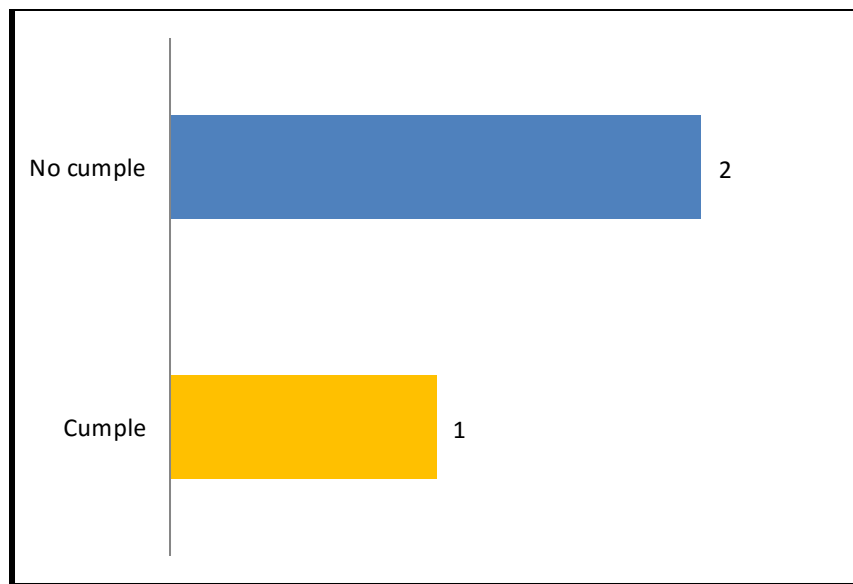


Figura 40: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a gestión de residuos del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 5

En la Figura 40, con relación al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a gestión de residuos del hotel “Buenos Aires”, se evaluaron 3 estándares de los cuales la empresa cumple con 1 estándar, puesto que; mantiene los contenedores de basura en condiciones higiénicas. Por otro lado la empresa no cumple con 2 estándares, ya que; no cuenta con un programa para la gestión de residuo, no sensibiliza y capacitar al personal sobre la forma correcta de eliminar residuos.

d. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a adaptación al medio del hotel “Buenos Aires”.

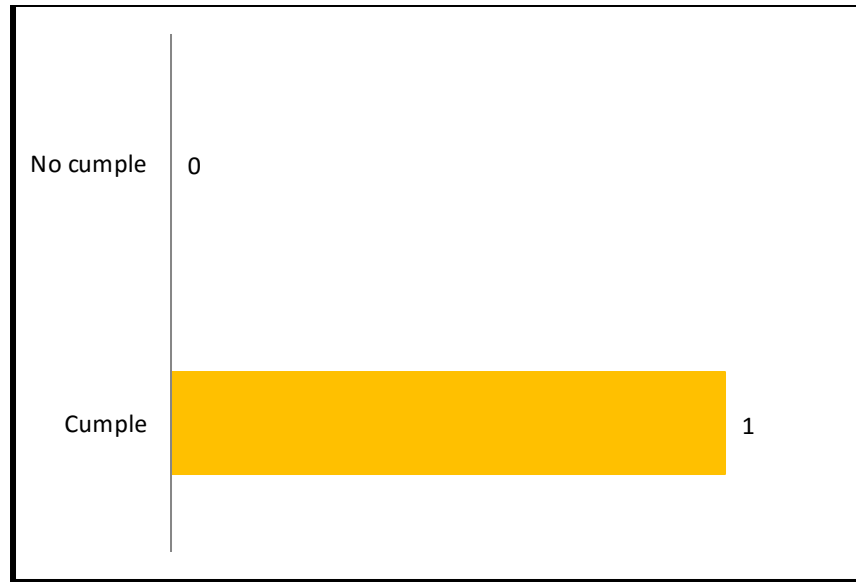


Figura 41: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a gestión de residuos del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 5

En la Figura 41, con relación al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a gestión de residuos del hotel “Buenos Aires”, se evaluó 1 solo estándar el cual cumple la empresa, teniendo un diseño e infraestructura armoniosa con el paisaje.

4.1.2.5.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión sociocultural en el hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.

A continuación se presentan los resultados respecto a cómo desempeña la empresa sus labores tomando en cuenta el aspecto sociocultural.

Tabla 06: cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión sociocultural en el hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.

Sub dimensión	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
	Cumple	No cumple	Evaluados	Cumple	No cumple	Evaluados
Apoyo a la cultura local	3	1	4	23,1%	7,7%	30,8 %
Apoyo a la comunidad local	5	4	9	38.5%	30.7%	69,2 %
TOTAL	8	5	13	61,6%	38,4%	100%

Fuente: Elaboración propia.

a. **Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a apoyo a la cultura local del hotel “Buenos Aires”.**

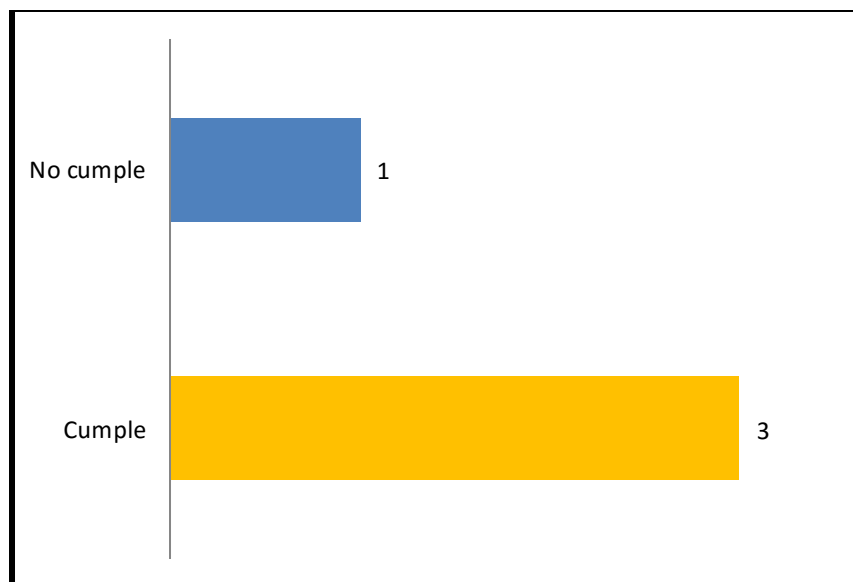


Figura 42: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a apoyo a la cultura local del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 6

En la Figura 42, con relación al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a apoyo a la cultura local del hotel “Buenos Aires”, se evaluaron 4 estándares de los cuales la empresa cumple con 3 estándares, puesto que; difunde las actividades y manifestaciones culturales de la comunidad; el hotel cuenta con una biblioteca en la que tienen revistas, folletos, periódicos de manifestaciones culturales, también participa en iniciativas de apoyo a la cultura local, mediante videos en YouTube promocionando nuestra cultura local, la empresa informa a los visitantes sobre la cultura local en su página web del hotel. Por otro lado no cumple 1 estándar, ya que; no participa en la adquisición de bienes del patrimonio de procedencia ilegal.

b. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a apoyo a la comunidad local del hotel “Buenos Aires”.

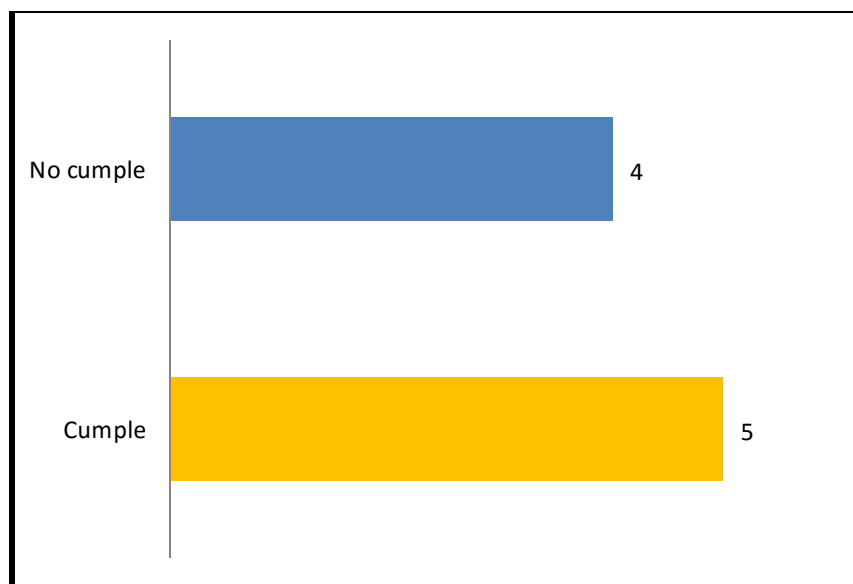


Figura 43: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a apoyo a la comunidad local del hotel “Buenos Aires”.

Fuente: Tabla 6

En la Figura 43, con relación al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a apoyo a la comunidad local del hotel “Buenos Aires”, se evaluaron 9 estándares de los cuales la empresa cumple 5 estándares, puesto que; anima a sus clientes a consumir productos locales; provee empleo digno a los miembros de la comunidad; forma parte de los gremios del sector turismo; informa a los turistas sobre aspectos relacionados al turismo; y participa en los procesos de planificación turística; el propietario es parte de la Cámara de Turismo de Chimbote. Por otro lado la empresa no cumple con 4 estándares, ya que; no difunde políticas en contra de la explotación sexual; no dona productos usados o nuevos a la comunidad local, no adquiere productos de proveedores locales y no desarrolla programas de capacitación para la comunidad local.

4.1.2.6.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en el “hotel Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.

Finalmente, la presente sección muestra los resultados generales respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en el Hotel “Buenos Aires”.

Tabla 07: cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en el hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.

Sub dimensión	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
	Cumple	No cumple	Evalutados	Cumple	No cumple	Evalutados
Gestión Administrativa	29	27	56	52,0%	48,0%	19,8 %
Equipamiento e infraestructura	85	6	91	93,4%	6,6%	32,0 %
Gestión de servicios	96	3	99	97,0%	3,0%	34,9 %
Gestión medioambiental	13	12	25	52,0%	48,0%	8,8 %
Gestión sociocultural	8	5	13	61,5%	38,5%	4,5 %
TOTAL	231	53	284	81,3%	18,7%	100%

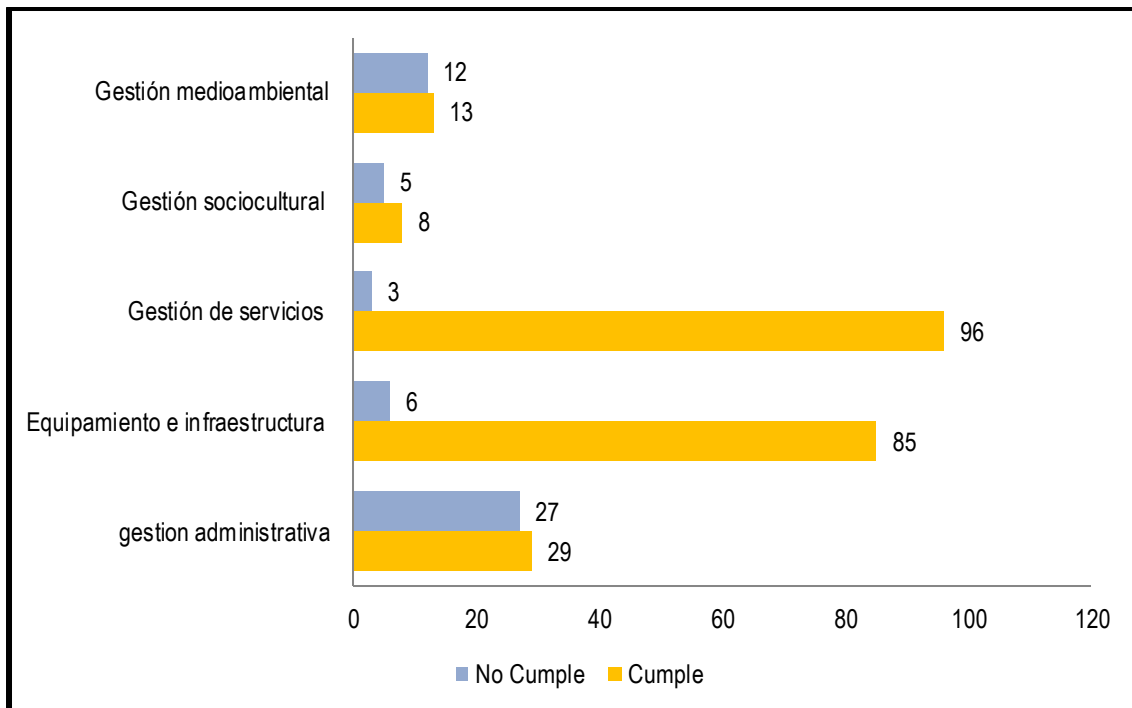


Figura 44: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en el hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.

Fuente: Tabla 07

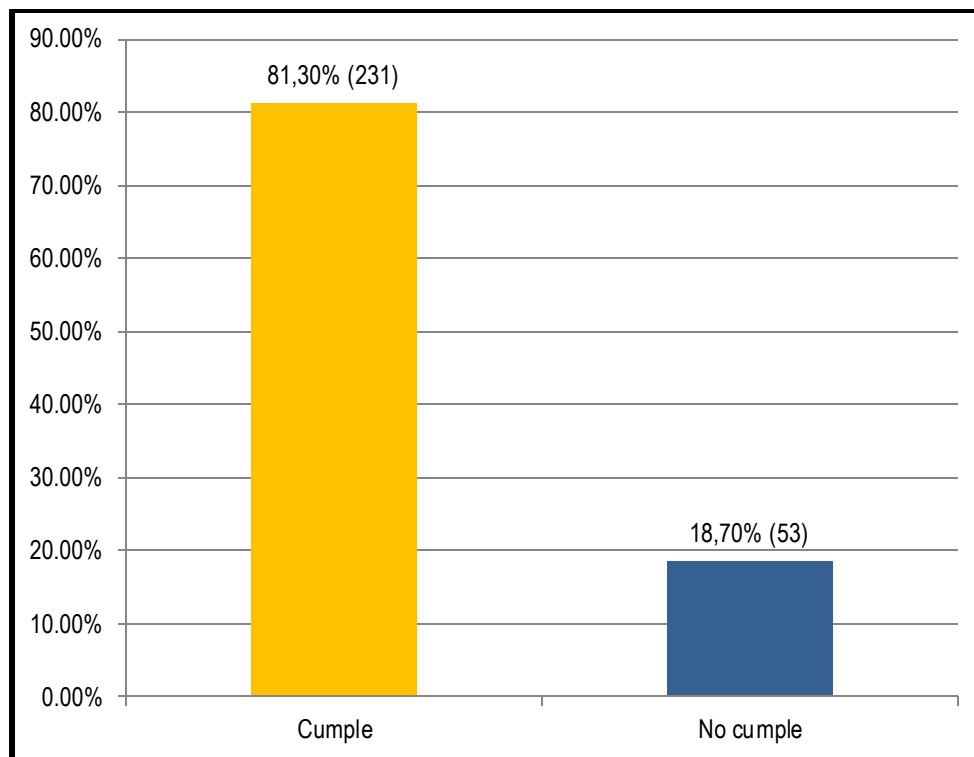


Figura 45: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en el hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote, 2014.

Fuente: Tabla 07

La Tabla N^a 07, Figura 44 y 45 presentan los resultados de las cinco dimensiones evaluadas en el hotel “Buenos Aires”, y se aprecia que de los 284 estándares evaluados, la empresa cumple con 231, lo que indica que la calidad de la empresa es buena, puesto que cumple con un 81,30 % del total de estándares, y no cumple con 53 estándares que hace un 18,70%.

Así, también los resultados antes expuestos muestran que el hotel “Buenos Aires” tiene como dimensión con mayor cumplimiento la gestión de servicios; en las sub dimensiones ingreso del huésped y limpieza de las habitaciones mientras que las dimensión con menor cumplimiento es la gestión administrativa principalmente en las sub dimensiones gestión de recursos humanos y gestión de calidad .

4.2.- Análisis de Resultados

La investigación ha tenido como objetivo evaluar la calidad del servicio del hotel “Buenos Aires” de Nuevo Chimbote en base al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas, a continuación se presenta la discusión de los resultados.

El hotel “Buenos Aires” es una empresa ubicada en la ciudad de Nuevo Chimbote; zona que se caracteriza por ser urbanizada y tranquila, haciendo más placentera la estadía del visitante; la empresa tiene sus inicios en el año 1992 y hasta la fecha ha logrado consolidarse como uno de los establecimientos hoteleros más concurridos por el sector corporativo en la provincia.

Menciona Pentur (2004), que el sector hotelero ha mostrado un increíble dinamismo en cuanto al desarrollo micro empresarial, ya que son muchos los casos de personas que iniciaron con un pequeño negocio y han llegado a consolidarse como hoteles exitosos; así mismo el hotel “Buenos Aires” es una pequeña empresa con más de 20 años en el mercado; inició como un negocio familiar y hasta la fecha ha logrado establecerse como uno de los hoteles más reconocidos tanto por viajeros nacionales como extranjeros, por la calidad de sus servicios.

La ambientación de la empresa es contemporánea, con un toque moderno, hay buena ventilación; tiene 75 habitaciones con una capacidad de 200 personas. El hotel es concurrido en su mayoría por trabajadores de empresas pesqueras, siderúrgicas y también por instituciones estatales y privadas, que buscan un lugar para alojarse con servicios adicionales como restaurante, salón de eventos, piscina, etc. Otro de los segmentos demandantes son las familias, que visitan Nuevo Chimbote, por celebraciones sociales o pasar un fin de semana. Podemos decir que desde hace algunos años el sector turístico está inmerso en un proceso de cambio que se viene operando en el mercado, transformándose en un factor competitivo para las pequeñas y medianas empresas y propiciando que se utilicen instrumentos o herramientas que permitan garantizar el servicio generando que

las empresas hoteleras además de brindar el servicio de alojamiento también pueden incluir servicios de alimentación, diversión, eventos y otros con la finalidad de dar un valor agregado y hacer más atractiva su oferta.

En cuanto al perfil del personal el hotel “Buenos Aires” está conformada por 20 colaboradores cuyas características son: El 60% corresponde al sexo masculino (12 personas); el 85% son de la localidad (17 personas); la mayoría son adultos, ya que el 35% tiene edades entre los 40 y 50 años (7 personas); llevan laborando entre 10 años a más la empresa, con relación a su formación tenemos que el 55% posee secundaria completa (11 personas). El 55% de empleados (11 personas) trabajan en el área de limpieza. El 65% tiene entre 5 y 10 años laborando en la empresa (13 personas). Ninguno ha recibido algún tipo de capacitación en la empresa. Al respecto Mincetur (2008), señala que más del 90% de hoteles en el Perú son pymes con escasa mano de obra calificada y con ninguna capacitación a su personal generando que no sean capaces de adecuarse a las necesidades del sector. Una de las medidas de mejoramiento en cuanto a la calidad del servicio debería ser el incremento de contratación de mano de obra calificada o capacitaciones continuas en las distintas áreas del establecimiento con el fin de obtener mejores resultados.

Por otro lado el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo como parte del PENTUR, ha desarrollado el Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas en torno al cual se ha establecido una metodología para la certificación de las empresas que cumplan con un porcentaje establecido (80%), para lo cual se han generado manuales de buenas prácticas disponibles en el internet, con el fin de reportar beneficios no solo a la empresa, sino también a la sociedad y al medio ambiente. Las buenas practicas conllevan a la mejora continua de los servicios que se brindan día a día, aplicando parámetros de calidad para lograr productividad y la satisfacción del cliente. Esto coincide con los resultados encontrados por Benavides (2012), donde señala que para lograr una gestión hotelera exitosa, se debe desarrollar y aplicar estándares de calidad en los establecimientos de alojamiento de manera general y específica, solo así se logrará competitividad en el sector, e incremento económico sostenible, basado en la calidad.

La parte central de la investigación ha sido evaluar la calidad del servicio en base al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas; se han evaluado 5 dimensiones: Gestión administrativa; equipamiento e infraestructura; gestión del servicio; gestión medio ambiental y gestión socio cultural, a continuación se presenta el análisis por cada una de las dimensiones mencionadas.

En cuanto a la **gestión administrativa** cumple con un poco más de la mitad de estándares evaluados, así tenemos que de los 56 estándares se cumple con 29 (52,0%), lo cual coincide con los resultados de Amado (2014), donde determinó un cumplimiento de 29 estándares de 56 evaluados, es decir el 52,0%, lo cual representa para la empresa un reto, considerando que en la actualidad tiene un buen desempeño, a partir de la inclusión de los estándares que no se cumplen en ésta dimensión se pueden obtener mejores resultados tanto a corto, mediano y largo plazo.

Se evaluaron 8 sub dimensiones, encontrado que se cumple un mayor número de estándares en gestión de comunicación y marketing, aunque cabe señalar que en la mayoría de los casos no se cumplen con la totalidad de los estándares evaluados. Las sub dimensiones que presentan un desempeño más bajo son la gestión de recursos humanos y la gestión de calidad, ambos aspectos de suma importancia para el buen funcionamiento de la empresa. 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. Por ello es importante que la administración de las empresas hoteleras esté a cargo de personas que cuenten con la experiencia y formación en el rubro. Al respecto los resultados encontrados por Díaz (2010), indica que la gestión estratégica debe de verse desde el punto de vista administrativa gerencial que se vea influenciada en el manejo del personal técnico-operario, pero estos a la vez debe de verse reflejado en la calidad de

servicios a los clientes, quienes determinan si la gestión estratégica es adecuada; vista a través de la calidad de servicio.

Mincetur (2008), dice que la insuficiente profesionalización de las pequeñas empresas turísticas hoteleras en materia de dirección y gestión empresarial es una deficiencia en la actualidad en el rubro. Pues si bien el hotel “Buenos Aires” brinda un buen servicio, este nivel crecería la contratación de personal calificado o a realizar capacitaciones permanentes al personal con temas vinculados a sus áreas de desempeño.

En lo que respecta a **equipamiento e infraestructura**, este aspecto tiene mucha importancia como soporte de la prestación del servicio, ya que los servicios tienen un componente tangible el cual debe presentar condiciones de seguridad, limpieza y comodidad; el hotel “Buenos Aires” se evaluaron un total de 91 estándares de los cuales cumple con 85, los que representan el 93,4%, lo cual es favorable para la empresa; las sub dimensiones que han tenido un mejor desempeño han sido recepción y habitaciones. Esto coincide con los resultados encontrados por Amado (2014) donde determinó un cumplimiento de 81 de los 91 estándares evaluados, es decir con el 89,01%, lo cual evidencia que la mayoría de las empresas están dando importancia a la parte tangible; como las instalaciones, equipos y materiales. Por lo cual podemos afirmar que la empresa tiene un buen desempeño en esta dimensión, permitiendo que sus clientes se sienten a gusto y seguros en las instalaciones.

En lo referente a la **gestión del servicio** se busca la satisfacción del consumidor y el logro comercial de la empresa prestataria; aunque muchas veces la satisfacción de los clientes se vea afectada principalmente por la falta de cortesía y el maltrato por parte del personal de recepción y reservas ya que se allá en continua contacto con el huésped, Mincetur (2010), la gestión del servicio es la dimensión con mayor número de estándares, tenemos que el hotel “Buenos Aires” cumple con 93 de los 99 estándares evaluados, es decir con el 97,0%; las sub dimensiones que han reportado mayor cumplimiento han sido ingreso del huésped y limpieza de habitaciones; situación favorable ya que podemos decir que la

empresa tiene un porcentaje elevado de cumplimiento debido a que su personal tiene experiencia en sus labores y son conscientes de la importancia del servicio en la hotelería.

Estos resultados contrastan con los resultados de Amado (2014), quien determinó un cumplimiento de 73 de los 99 estándares evaluados, es decir el 73,74%, estos resultados evidencian que, a pesar; de que más de la mitad de los trabajadores son calificados la calidad de servicio no logra un porcentaje mayor al que tiene el hotel “Buenos Aires”, logrado por la experiencia de sus trabajadores en sus puestos. Así mismo el hotel “Buenos Aires” puede incrementar más aún su porcentaje de cumplimiento, desarrollando programas de capacitación para su personal y la inclusión de manuales de procesos que sirvan de guía para la correcta prestación del servicio.

Por su parte Romero (2010), señala que la gestión de servicio en un hotel debe crear una cultura de calidad, la que va enfocada hacia la satisfacción total del cliente en cuanto a sus necesidades, deseos y expectativas, estableciendo un conjunto de estándares de calidad que no solamente cumplan con las expectativas, sino que las superen. Entonces podemos decir que la calidad en la gestión del servicio también depende de la presentación personal, aspectos de cortesía, las actitudes conductuales, manejo de materiales técnicos en el sistema de trabajo y el dominio del idioma.

La **gestión medio ambiental** viene ganando terreno a nivel de todas las empresas; porque además de contribuir al cuidado del medio ambiente también aporta positivamente a la imagen de la empresa y al ahorro de agua, energía y materiales, llegando a ser un aspecto en el que los empresarios de la hostelería muestran un mayor compromiso en la actualidad. Ante esto Casanueva y otros (2000), señalan que el entorno natural es uno de los condicionantes fundamentales de la empresa turística, pudiendo ser la empresa 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 la gestión medioambiental de las empresas turísticas.

El hotel “Buenos Aires” cumple con 13 de los 25 estándares evaluados es decir el 52,0%, de los cuales el mayor cumplimiento se da en el uso de energía y el menor en consumo de productos y uso de agua. Ante estos resultados la empresa tiene que empezar a aplicar los estándares que aún le faltan implementar para mejorar su responsabilidad medioambiental. Esto contrasta con los resultados encontrados por Amado (2014), donde determinó que cumplen 18 de los 25 estándares evaluados, es decir con el 72%, lo cual refleja que hay algunas empresas que interiorizan más la importancia de estas prácticas, ya sea por sus contribución al medio ambiente o por los beneficios que su práctica aporta a la empresa en el tema de disminución de costos. En los últimos tiempos se está haciendo una tendencia por los turistas el turismo ecológico y la gestión medioambiental; lo cual influye y condiciona muchas veces en el momento de elegir un hotel, conllevando a verificar que la empresa contribuya a la conservación medioambiental.

En la **gestión sociocultural**, el hotel “Buenos Aires” cumple con 8 de los 13 estándares evaluados, es decir con el 61,5%, ninguna de las sub dimensiones llegan a cumplirse regularmente, la que tiene menor cumplimiento es apoyo a la comunidad local. Esto coincide con los resultados encontrados por Amado (2014), donde se cumple con los 6 de los 13 estándares evaluados, es decir con el 46,15%, donde también reporta un menor cumplimiento en la sub dimensión en el apoyo a la comunidad, al respecto Rainforest Alliance (s.f.) señala que 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. Por ello podemos decir que las empresas hoteleras deben mostrar compromiso e incluir aspectos vinculados con la sociedad y la cultura, siendo su inclusión favorable para mejorar la imagen de la empresa en la comunidad local y por la contribución al desarrollo de la actividad turística en Chimbote.

En términos generales el hotel “Buenos Aires” cumple con 231 de los 284 estándares evaluados, es decir con el 81,3%, evidenciando mayor cumplimiento en las dimensiones

de gestión de servicios, infraestructura y equipamiento, por el contrario las dimensiones con menor cumplimiento son gestión administrativa, gestión medio ambiental y la gestión sociocultural. Estos resultados coinciden parcialmente con Amado (2014) quien reportó un cumplimiento de 207 de los 284 estándares evaluados, es decir con el 72,9%, con mayor cumplimiento en las dimensiones de equipamiento e infraestructura, la gestión de servicios, y menor cumplimiento en las dimensiones de gestión administrativa y gestión sociocultural. Por lo cual podemos decir que el servicio del hotel “Buenos Aires” es un servicio de calidad; sin embargo se debe trabajar en incluir en la práctica empresarial aquellos estándares que a la fecha no se cumplen; con lo cual no solo se verá beneficiada la empresa, sino también la comunidad, el medio ambiente y el cliente.

V. CONCLUSIONES

- ✓ 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 19,8 % del total de estándares evaluados, el hotel “Buenos Aires” cumple con 29, es decir con el 52,0 %, 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.
- ✓ Con relación a 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 “Buenos Aires” cumple con 85, es decir con el 93,4 %, siendo bueno el nivel de cumplimiento, pero considerando que el establecimiento y su equipamiento afectan la calidad del servicio, es necesario mejorar los aspectos que aún no se cumplen.
- ✓ En la gestión del servicio se han evaluado un total de 99 estándares que representan el 34,9% del total de estándares evaluados, el hotel “Buenos Aires” cumple con 96, es decir con el 97,0%, situación que evidencia que se está prestando un servicio de calidad, siendo necesario que paulatinamente se incluyan los estándares que no se cumplen, para garantizar la plena satisfacción de los clientes.
- ✓ La gestión medioambiental se han evaluado 25 estándares que representa el 8,8% del total de estándares evaluados, el hotel “Buenos Aires” cumple con 13, es decir con el 52,00 %; siendo necesario que se incluyan los estándares que no se cumplen aún, lo que permitirá a la empresa ahorrar y también proyectar una imagen positiva ante los clientes, autoridades y comunidad en general.
- ✓ En la gestión sociocultural se han evaluado 13 estándares, que representa el 4,5% del total de estándares evaluados, el hotel “Buenos Aires” cumple con 8, es decir

con el 61,5 %; siendo necesario que la empresa ponga en práctica estrategias que permitan contribuir con la comunidad en la cual lleva a cabo su actividad.

- ✓ En términos generales el hotel “Buenos Aires” cumple con el 81,3 % de los 284 estándares evaluados, con un mayor cumplimiento en la dimensión de gestión de servicio y menor cumplimiento en la gestión administrativa y medioambiental, lo que significa que la calidad del servicio es buena, pero es necesaria la inclusión de los estándares propuestos que no se cumplen, con lo cual se tendrán clientes con una mayor satisfacción con el servicio recibido y se asegurará la permanencia de la empresa en el mercado que cada día es más competitivo.
- ✓ El hotel “Buenos Aires” es una pequeña empresa, liderada por su gerente general, dueño y fundador Máximo Pastor ubicada en la ciudad de Nuevo Chimbote, cuyo origen se remonta al año 1992; surgiendo como una propuesta de alojamiento para el segmento corporativo, orientada tanto a la demanda nacional como internacional.
- ✓ El hotel “Buenos Aires” cuenta con 20 colaboradores, siendo casi en su totalidad de la ciudad de Nuevo Chimbote; la mayoría posee estudios secundarios completos a la vez están entre la edad de 30 a 40 años, así también llevan trabajando de 5 a 10 años y no son capacitados en temas vinculados con el servicio, lo cual afecta de forma negativa la calidad del servicio, haciéndose necesaria la implantación de un programa de capacitación. Por otro lado, el personal es estable por el tiempo que labora y la ardua experiencia que tienen en sus puestos. Factor positivo tanto para la estabilidad de la empresa en el mercado como para la comunidad, ya que la empresa es una fuente de trabajo para la comunidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ahmeid, I. (2001). *"Operaciones y Procesos Hoteleros Gestión del alojamiento"*. España: Paraninfo
- Amado, C. (2014). "Evaluación de la calidad del servicio del hotel "El Patio de Monterrey de Huaraz".
- Albacete, C. (2004). *"Calidad de servicio en alojamientos rurales"*. España: Universidad de Granada.
- Andersen, D. (1994). *"La posición competitiva del sector turístico español"*. España: El Trébol
- Ayuso, F. (2010). *"Gestión sostenible en la industria turística"*. Recuperado de <http://www.tdx.cat/handle/10803/4954>.
- Beltriti, E. (2005). "Aspectos de la calidad de la gestión Hotelera". Recuperado de <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC059960.pdf>.
- Benavides, R. (2012). "Calidad y Productividad en el sector Hotelero". Recuperado de <http://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/5049/Tesis%20Doctoral%20de%20Carlos%20Guillermo%20Benavides%20Chic%C3%B3n.pdf?sequence=1>.
- Castellucci, R. (2011). "Sistema de Calidad en Turismo" .Recuperado de http://nulan.mdp.edu.ar/1330/1/castellucci_di.pdf.
- Casanueva, C., García, J., y Caro, F. (2000). *"Organización y gestión de empresas turísticas"* Madrid: Pirámide.

- Carranza .S. (2009). " *Características de los hoteles de 3 estrellas* " .Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos89/monografia-hoteles/monografia-hoteles.shtml#ixzz2ynppCDNn>.
- Corral, M. (2006). " *Manual de recepción hotelera: principios y técnicas* ". España: Septem.
- Crosby, P.B. (1987). " *La calidad no cuesta* ". México: CECSA.
- De la Torre, F. (1990). " *Administración Hotelera* ". Trillas. México.
- De la Parra Paz, E. (1995). " *Guía práctica para lograr calidad en el servicio* ". ISBN: México
- Diario El Comercio. " *Proyecto de la Costa Verde un Complejo turísticos* ". Recuperado de <http://elcomercio.pe/lima/ciudad/novedoso-proyecto-costa-verde-barranco-noticia-252427>.
- Díaz, R. (2010). " *Gestión Estratégica y Calidad de Servicio en Hoteles Tres Estrellas de Lima Metropolitana* ". Departamento de turismo. Tesis de Maestría. UNMSM. Lima – Perú
- Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR Cusco (2009). *Manual de calidad turística para centros de entretenimiento y diversión*. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/30365730/MANUAL-DE-CALIDAD-TURISTICA-PARACENTROS-DE-ENTRETENIMIENTO-Y-DIVERSION>.
- Dudan, J, (2006). " *Certificación y modelos de Calidad en Hostelería y restaurantes* ". España .Lumbreras

- García, F., García, P., y Gil, M. (2011). *Operaciones básicas y servicios en restaurantes y eventos especiales*. España: Paraninfo.
- Gallego, J. (2002). *Gestión de hoteles: una nueva visión*. España: Paraninfo.
- Gonzales, P. (2013). *Clasificación de hoteles*. Argentina: Trébol
- Grönroos, F. (2001). *The perceived service quality concept - a mistake*. *Managing Service Quality*.
- Guías para Viajes Internacionales (2014). *Estadísticas de viajes internacionales*. Recuperado de <http://guias-viajar.com/viajes-turismo-mundo/datos-estadisticas-turismo-espana/>.
- 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>.
- ISO (2005). Norma internacional ISO 9000 2000. Recuperado de http://www.uco.es/sae/archivo/normativa/ISO_9000_2005.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). *El marketing de Servicios Profesionales*. Colombia: Editorial Paidós SAICF.

Lamb, C., Hair, J. y McDaniel. C. (2002). *Marketing. (6ta ed.)*. International Thomson

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

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

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

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

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

Miguel, J. (2002). *Calidad del servicio en el sector turístico*. Coruña – España

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. Sector Hoteles y Restaurantes. Recuperado de http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/estadisticas/peel/beo/BEO2007-I_3.pdf.

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'.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2010). *Manual de buenas prácticas para atención de clientes*. Recuperado de http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/cultur/pdfs_documentos_Cultur/MB_P_atencion_cliente_dirigido_ge_ad_mm.pdf.

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 O LEY29408.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/LEY_GENERAL_DE_TURISMO_LEY29408.pdf).

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2003). Ley MYPE 28015. Recuperado de http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2010). *Manual de buenas prácticas para atención de clientes*. Recuperado de http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/cultur/pdfs_documentos_Cultur/MB_P_atencion_cliente_dirigido_ge_ad_mm.pdf.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2011). *Índices Mensuales de Ocupabilidad de Establecimientos de Hospedaje Colectivo*. Lima – Perú.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2012). *Guía metodológica para el desarrollo del sistema de aplicación de buenas prácticas*. Lima: Autor.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2014) *Reglamento de Establecimiento de Hospedaje*. Recuperado de <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/transparencia/proyectos%20resol>

[uciones/Reglamento_Establecimiento_Hospedaje_2014_reglamento.pdf](#).

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

Montero.T, (2012). *El servicio Hotelero*. La categorización de los Hoteles. Recuperado de http://www.ehowenespanol.com/clasificacion-hoteles-estrellas-sobre_437562/.

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

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

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

Océano Céntrum. (s.f.). "Enciclopedia práctica profesional de: turismo, hoteles y restaurantes". España: Grupo editorial Océano.

Plan Nacional De Calidad Turística Del Perú (2011). *Resolución ministerial* .Recuperado de http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/caltur/pdfs_documentos_Caltur/Plan_CALTUR_actualizado.pdf.

Plan Estratégico Nacional de Turismo. (2012). *Consolidando un turismo sostenible*. Recuperado de http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/documentos/turismo/PENTUR_2013-Final.pdf.

Promperú. (2006). *Manual de buenas prácticas para turismo sostenible*. Recuperado de media.peru.info/catalogo/.../manual_de_buenas_practicas_9124.pdf.

Programa de Asistencia a Pequeños Hoteles de Centroamérica. ICT-DEA-CCT/SICA

(2006). *Servicio de alimentos y bebidas*. Costa Rica: Inst. Costarricense de turismo.

Secretaría de Turismo de México (2013). Programa de Turismo Sustentable en México .Recuperado de http://www.sectur.gob.mx/PDF/planeacion_estragica/PTSM.pdf.

Promperú (2011). “*Estadísticas de turistas extranjeros en los hospedajes*”. Recuperado de <http://intranet.promperu.gob.pe/IMPP/2011/TurismoReceptivo/DemandaActual/PerfilTuristaExtranjero2011.pdf>.

Formación de profesionales para el sector de turismo (2012).” Calidad de Servicio y Atención al Cliente en Hostelería. Recuperado de: <http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/documentacion/26779.pdf>

Programa Sectorial de Turismo, (2013). *Programas sectoriales de turismo*. Recuperado de http://www.sectur.gob.mx/PDF/PlaneacionTuristica/Prosectur_2013_2018.pdf.

Programas de turismo Sostenible, (2012). *Certificaciones en las empresas de servicios* Recuperado de http://www.sectur.gob.mx/PDF/planeacion_estragica/PTSM.pdf.

Rainforest Alliance. (s.f). *Manual de buenas prácticas para turismo sostenible*.

Recuperado de www.rainforestalliance.org/.../tourism_practices_guide_spanish.pdf.

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

Dirección regional de Turismo (2005). *Establecimientos de Hospedajes*. Recuperado de http://www.consuladoperurio.com.br/website/pdfs/peru_mincetur_ancash.pdf

- Reisinger, Y. (2001). Unique Characteristics of Tourism, Hospitality, and Leisure Services
En: *Service Quality Management in Hospitality, Tourism, and Leisure*.
Kandampully, J; Mok, C.; Sparks, B. New York: The Haworth Hospitality Press.
- Ricales.O. (2012). Biblioteca Virtual de la Universidad Católica Santo Toribio de
Mongrovejo. Tesis de Maestría .Recuperado de
<http://intranet.usat.edu.pe/usat/biblioteca-usat/te-adm-2013-2/>.
- Romero.R (2010). *Servicio Hotelero. Calidad en el servicio* . Recuperado de
http://html.rincondelvago.com/calidad_servicios-al-huesped.html.
- Sánchez F, J. (2000). *Procesos de servicios en restauración*. España: Síntesis.
- Sandhusen, L. Richard, (2002).Mercadotecnia. México: Continental.
- Secretaría de Turismo de México (2012). Distintivo M, Recuperado de
http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_9173_mpymes_turisticas.
- 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-](http://es.scribd.com/doc/80679326/CHILE-POR-UN-TURISMOSUSTENTABLE-)
- Soft, C. d. (26 de Julio de 2011). La Calidad en el Servicio Hotelero. Obtenido de
<http://creadoresdesoft.com.ar/web/la-calidad-en-el-servicio-hotelero/>.
- Sociedad de hoteles del Perú (2011). “*Inversiones hoteleras en Perú alcanzaron cifra
récord de US\$270 mllns en 2011*”. [Acceso 2013/04/13].
Disponible:http://www.sociedadhotelesdelperu.org/notas_prensa_2011.htmhtt

[p://elcomercio.pe/turismo/1436245/noticia-inversiones-hoteleras-perualcanzaron-cifra-record-us270-mlns-2011](http://elcomercio.pe/turismo/1436245/noticia-inversiones-hoteleras-perualcanzaron-cifra-record-us270-mlns-2011).

Stanton, W. Etzel, M. y Walker, B. (2004). *Fundamentos de Marketing*. Santa Fe de Bogotá: McGraw Hill

Touma, M. Valverde, G. y Gutiérrez, M. (2003). *Manual de entrenamiento para mejorar la calidad en el servicio del departamento de recepción para hoteles de primera categoría*. Escuela de Administración Hotelera. Tesis de Titulación. Universidad de Bogotá. Colombia. Manual-de-Buenas-Practicas-del-Sector-Turístico.

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.

Zamora.G.L (2009). *La hostelería. Clases de Hoteles* .Recuperado de http://www.rainforest-alliance.org/sites/default/files/site-documents/news/documents/XM_SR_092509.pdf.http://www.eumed.net/tesis-doctorales/abrr/005035_4.pdf.

ANEXOS

ANEXO 01



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

GUIA DE ENTREVISTA

Esta guía de entrevista está dirigida a obtener datos de la empresa relacionados a la historia, oferta y demanda; deberá ser aplicada al propietario o administrador.

1.- Ubicación de la empresa

2.- ¿Cuándo se originó la empresa?

3.- ¿Cómo surgió la idea de la empresa?

4.- ¿Cuáles son los principales logros de la empresa desde que se creó hasta la actualidad?

5.- Describa la oferta de su empresa

6.- ¿Quiénes son sus clientes?

ANEXO 02



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

GUÍA DE ENTREVISTA

La presente entrevista tiene por finalidad conocer el perfil del personal que trabaja en la empresa.....

I.- DATOS GENERALES

1.1.- Sexo

Masculino ()

Femenino ()

1.2.- Edad

1.3.- Ciudad de Origen

II.- ESTUDIOS

2.1.- Nivel de estudios

Primaria inconclusa ()

Primaria completa ()

Secundaria inconclusa ()

Secundaria completa ()

Superior inconclusa (técnica) ()

Superior completa (técnica) ()

Superior inconclusa (universitaria) ()

Superior completa (universitaria) ()

2.2.- Especialidad

2.3.- Estudios de posgrado

Si ()

No ()

Indicar el tipo de cursos _____

III.- DESEMPEÑO EN LA EMPRESA

3.1.- Cargo

3.2.- Funciones

-
-
-
-
-
-
-

3.3.- Tiempo laborando en la empresa

3.4.- Participación en programas de capacitación

Si ()

No ()

Indicar el tipo de capacitación _____

Gracias por su colaboración.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FICHA DE OBSERVACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS
AMBIENTALES DEL ALOJAMIENTO
“HOTEL BUENOS AIRES” DE NUEVO CHIMBOTE**

SUB DIMENSIÓN	ITEM	CUMPLE		OBSERVACIÓN
		SI	NO	
Uso del agua	La empresa cuenta con programas para el uso eficiente del agua			
	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			
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 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			
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 DE BUENAS PRÁCTICAS
SOCIO-CULTURALES DEL ALOJAMIENTO
“HOTEL BUENOS AIRES” DE NUEVO CHIMBOTE**

SUB DIMENSIÓN	ITEM	CUMPLE		OBSERVACIÓN
		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 DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA
DEL ALOJAMIENTO “HOTEL BUENOS AIRES”
DE NUEVO CHIMBOTE**

SUB DIMENSIÓN	ITEM	CUMPLE		OBSERVACIÓN
		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			
Gestión de recursos humanos	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			
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 DE GESTIÓN DEL
SERVICIO DEL ALOJAMIENTO
“HOTEL BUENOS AIRES” DE NUEVO CHIMBOTE**

SUB DIMENSIÓN	ITEM	CUMPLE		OBSERVACIÓN
		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 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 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	El personal de producción de alimentos lleva a cabo su tarea respetando las normas de higiene			

bebidas	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			
Servicio de alimentos y bebidas	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			
	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 DE INFRAESTRUCTURA
Y EQUIPAMIENTO DEL ALOJAMIENTO
“HOTEL BUENOS AIRES” DE NUEVO CHIMBOTE**

SUB DIMENSIÓN	ITEM	CUMPLE		OBSERVACIÓN
		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			
Habitaciones	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 amenités 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	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			
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			
Cocina	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 limpios			
Área de personal	La empresa cuenta con un área segura destinada para que el personal deje sus pertenencias			
	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 3: FOTOGRAFÍAS DEL HOTEL “BUENOS AIRES”



Fotografía 7: Cochera del hotel” Buenos Aires”

Fuente: Archivo del Investigador, Diciembre 2014



Fotografía 8: Patio del hotel” Buenos Aires”

Fuente: Archivo del Investigador, Diciembre 2014



Fuente: Archivo del Investigador, Diciembre 2014

Fotografía 9: Huéspedes en la sala del Hotel



Fotografía 10: Frontis del Hotel "Buenos Aires"

Fuente: Archivo del Investigador, Diciembre 2014