

# EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE CHIMBOTE Y NUEVO CHIMBOTE 2016

MG. NARDA KARINA CHÁVEZ PRÍNCIPE

## RESUMEN

El presente metaanálisis tuvo por objetivo evaluar la calidad del servicio de las empresas turísticas de Chimbote y Nuevo Chimbote, en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas en el año 2016. Se ha orientado a la revisión de investigaciones realizadas por los estudiantes de la Carrera de Administración Turística de la ULADECH CATÓLICA; se han incluido 4 empresas de restauración y 5 empresas de alojamiento ubicadas en las ciudades de Chimbote y Nuevo Chimbote. Para las investigaciones la calidad del servicio está dada por el cumplimiento de más del 80% de estándares derivados de las buenas prácticas, siendo las subdimensiones evaluadas: gestión administrativa, equipamiento e infraestructura, gestión del servicio, gestión medioambiental y gestión socio cultural. El total de estándares evaluados en las empresas de restauración han sido 261, de los cuales las empresas han cumplido en promedio con el 57,0%; en las empresas de alojamiento se evaluaron un total de 284 estándares, de los cuales se cumple en promedio con el 78,0%. Se concluye que las empresas turísticas de Chimbote y Nuevo Chimbote 2016 requieren implementar los estándares derivados de las buenas prácticas para brindar un servicio de calidad.

*Palabras clave: Empresas turísticas, evaluación, calidad, estándares, buenas prácticas.*

## ABSTRACT

This meta-analysis aimed to evaluate the service quality of the tourist companies of Chimbote and Nuevo Chimbote, based on the on compliance of the standars derived from the standars derived from the godd prcatices in the year 2016. It has been oriented review of research by students of the Escuela de Turismo of the ULADECH CATÓLICA; there have been included 4 companies of restoration and 5 companies of accomodation located in the cities of Chimbote and Nuevo Chimbote. For the investigations the quality of the service es given by the fulfillment of more than 90% of standars derived from the good practices, being the subdimensiones evaluated: administrative management, equipment and infrastructure, management of the service, enviromental management and sociocultural management. The total assessed standars in restoration companies have been 261, of wich companies have complied on average with 57,0%; in the companies of accomodation there was evaluated a whole of 269 standars, of wich it es fulfilled in average with 78,0%. Conclude that the tourist companies of Chimbote and Nuevo Chimbote 2016 need to implement the standars derived from the good practices to offer a quality service.

*Key words: Tourist companies, evaluation, quality, standar, good practices.*

## INTRODUCCIÓN

El turismo a nivel mundial se posiciona como una de las principales actividades económicas, la Organización Mundial del Turismo - OMT en los informes denominados Panorama Mundial del Turismo que se presentan año a año, destaca esta actividad reporta un crecimiento notable y sostenido año a año; además, entre sus efectos positivos tenemos su aporte al empleo y la generación de divisas.

El crecimiento constante de la actividad genera la necesidad de servicios que posibiliten tanto el traslado como la estadía de los viajeros en los destinos turísticos; la OMT, señala que entre los gastos que realizan los visitantes tenemos al alojamiento, manutención, transporte interior, actividades de entretenimiento y compras, los cuales se traducen en oportunidades para el desarrollo de los países y comunidades.

Las empresas del sector turismo o planta turística se constituyen en un factor de vital importancia del sistema turístico, sin su existencia no se podría realizar la actividad, ya que éstas proveen diversos servicios que posibilitan la estadía de los viajeros en los destinos y la realización de diversas actividades.

La realidad pone en evidencia que, en la mayoría de los destinos turísticos, incluso en aquellos consolidados, gran parte de las empresas del sector turismo son medianas y pequeñas, presentando una serie de problemas en su gestión, afectando la calidad, la satisfacción de los clientes y limitando el crecimiento de la empresa y del sector.

Como una forma de generar mayor calidad en el servicio y contribuir al cuidado del medio ambiente y desarrollo de las comunidades donde las empresas llevan a cabo su actividad, se han identificado y sistematizado las buenas prácticas, las cuales diferentes organismos estatales vienen promoviendo como una medida que contribuya a ofrecer servicios de calidad.

En nuestro país el Estado viene promoviendo la aplicación de manuales de buenas prácticas para mejorar la calidad de las empresas turísticas, para lo cual se ha establecido el Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas, en cual a la fecha se limita a

destinos priorizados.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - Mincetur (2011) señala que el SABP es desarrollado por el Viceministerio de Turismo en destinos priorizados en coordinación con los Gobiernos Regionales y gremios del sector turismo, quienes asumen compromisos técnicos, logísticos y/o presupuestales para su ejecución. El SABP puede ser aplicado por otras entidades públicas o privadas en coordinación con el Viceministerio de Turismo, siguiendo la metodología y procesos establecidos.

En la ciudad de Chimbote y Nuevo Chimbote se están desarrollando algunas iniciativas orientadas a mejorar la calidad de servicio, pero a las cuales no responden a planes integrales, situación que no permite generar resultados visibles. Entre la problemática que se observa en las empresas turísticas de estas dos ciudades tenemos la alta rotación del personal operativo y su baja calificación; la inaplicabilidad de estrategias que garanticen un servicio de calidad como es el caso de planificación, el control de la calidad entre otros. Desde un punto de vista general, estas empresas no aplican las buenas prácticas en su gestión, dando como resultado un servicio que no llega a satisfacer las expectativas de sus clientes.

En base a la problemática identificada se planteó como pregunta de investigación: ¿Cuál es la calidad del servicio de las empresas turísticas de Chimbote y Nuevo Chimbote, en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2016?

El objetivo general de la investigación es evaluar la calidad del servicio de las empresas turísticas de Chimbote y Nuevo Chimbote, en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas en el año 2016.

### **MATERIALES Y MÉTODOS**

El meta análisis se desarrolló a través de la revisión de los resultados de las tesis presentadas por los estudiantes de Tesis IV de la Carrera Profesional de Administración Turística, se incluyeron empresas de restauración y alojamiento ubicadas en Chimbote y Nuevo Chimbote.

Las investigaciones incluidas en el metaanálisis corresponden a investigaciones de tipo mixta (cualitativa y cuantitativa) puesto que se han obtenido tanto datos de tipo cuantitativo como cualitativos, El nivel de las tesis corresponde a un nivel descriptivo. El metaanálisis adopta un diseño transversal.

## RESULTADOS

**Tabla 1**

Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en las empresas de restauración de Chimbote y Nuevo Chimbote 2016

| N° | Código   | Número de estándares |        |           | Porcentaje de estándares |        |           |
|----|----------|----------------------|--------|-----------|--------------------------|--------|-----------|
|    |          | Evaluados            | Cumple | No Cumple | Evaluados                | Cumple | No Cumple |
| 1  | REST-A   | 261                  | 169    | 90        | 100,0%                   | 65,0%  | 35,0%     |
| 2  | REST-B   | 261                  | 157    | 104       | 100,0%                   | 60,0%  | 40,0%     |
| 3  | REST-C   | 261                  | 138    | 112       | 100,0%                   | 55,0%  | 45,0%     |
| 4  | REST-D   | 261                  | 124    | 137       | 100,0%                   | 48,0%  | 52,0%     |
| 5  | PROMEDIO | 261                  | 149    | 112       | 100,0%                   | 57,0%  | 43,0%     |

**Fuente:** Guías de entrevista aplicadas por los investigadores 2016.

En la Tabla 1 se tiene que de los 261 estándares evaluados derivados de las buenas prácticas el REST-A cumple con el 65,0%, el REST-B con el 60,0%, el REST-C con el 55,0% y el REST-D con el 48,0%, en promedio se cumple con el 57,0% de estándares evaluados.

**Tabla 2**

Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en las empresas de alojamiento de Chimbote y Nuevo Chimbote 2016

| N° | Código   | Número de estándares |        |           | Porcentaje de estándares |        |           |
|----|----------|----------------------|--------|-----------|--------------------------|--------|-----------|
|    |          | Evaluados            | Cumple | No Cumple | Evaluados                | Cumple | No Cumple |
| 1  | ALOJ-A   | 284                  | 229    | 55        | 100,0%                   | 81,0%  | 19,0%     |
| 2  | ALOJ-B   | 284                  | 262    | 22        | 100,0%                   | 92,0%  | 8,0%      |
| 3  | ALOJ-C   | 284                  | 157    | 127       | 100,0%                   | 55,0%  | 45,0%     |
| 4  | ALOJ-D   | 284                  | 236    | 48        | 100,0%                   | 83,0%  | 17,0%     |
| 5  | ALOJ-E   | 284                  | 218    | 66        | 100,0%                   | 77,0%  | 23,0%     |
| 6  | PROMEDIO | 284                  | 220    | 64        | 100,0%                   | 78,0%  | 22,0%     |

**Fuente:** Guías de entrevista aplicadas por los investigadores 2016.

En la Tabla 2 se tiene que de los 284 estándares evaluados derivados de las buenas prácticas el ALOJ-A cumple con el 81,0%; el ALOJ-B con el 92,0%; el ALOJ-C con el 55,0%; el ALOJ-D con el 83,0% y el ALOJ-E con el 77,0%, dando un cumplimiento promedio del 77,0% de estándares evaluados.

## DISCUSIÓN

El metaanálisis ha tenido como objetivo evaluar la calidad del servicio de las empresas turísticas de Chimbote y Nuevo Chimbote utilizando estándares derivados de las buenas prácticas 2016; para lo cual se evaluaron un total de 9 empresas; 5 de las cuales han correspondido al rubro de alojamiento y 4 al de restauración; del total de empresas 7 se ubican en el distrito de Chimbote y 2 en Nuevo Chimbote, a continuación, se presenta el análisis de los resultados.

En nuestro país, el sector turismo a lo largo de los años viene reportando un crecimiento sostenido, lo que se traduce en el establecimiento de empresas dedicadas a brindar servicios para que los turistas puedan desarrollar sus actividades durante su

estadía en los destinos turísticos.

Montaner (1996) señala que:

“la empresa turística es aquella organización social, estructurada en los niveles de mando y funciones, que invirtiendo un capital tiene como fin producir y prestar unos servicios – viajes, alojamiento, transporte, manutención, etc.- y su posterior comercialización y venta en el mercado con el último fin de obtener un beneficio.”

Entre las características del sector empresarial del turismo tenemos que la mayoría de empresas son micro o pequeñas empresas, muchas de las cuales son gestionadas por los propietarios, quienes han establecido su negocio ya sea por la oportunidad en el mercado y por la disponibilidad de capital. Aunque cabe señalar, que el tamaño de estas empresas supone una serie de beneficios, los que se señalan a continuación:

*Casanueva, García y Caro (2000)* 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.

Las ciudades de Chimbote y Nuevo Chimbote en los últimos años es escenario de la creación de empresas dedicadas a brindar servicios turísticos como son la restauración y el alojamiento; los resultados presentados en el metaanálisis han incluido a empresas cuya actividad está vinculada a los servicios de restauración y alojamiento; las empresas dedicadas a brindar servicio de restauración han tenido sus orígenes en los años 1981, 2007 y 2013; factores como la mejora de la calidad de vida de la población local, el reconocimiento de nuestra gastronomía y su promoción han propiciado el crecimiento de la actividad restaurantera, las cuales tienen como base de su oferta los principales platos y bebidas de nuestra gastronomía.

Con relación a las empresas de alojamiento, este servicio se ha visto potenciado en los distritos de Chimbote y Nuevo Chimbote por el incremento el sector corporativo, ya que son cada vez más las empresas que operan en la provincia del Santa, requiriendo

de este servicio para la permanencia de su personal, también cabe señalar que en los últimos años se está haciendo una mayor promoción del turismo local. Las empresas investigadas han iniciado a operar en los años 2001, 2013 y 2015 respectivamente; la mayoría son hoteles de tres estrellas, el segmento al que está orientada su oferta es al corporativo y al familiar.

La mayoría de este tipo de empresas poseen una organización simple; en el caso de las 9 empresas investigadas se identificó que ninguna posee un organigrama; estando las empresas de restauración integradas entre 4 y 10 trabajadores; mientras que las empresas de alojamiento cuentan entre 4 y 6 trabajadores. Al respecto:

Casanueva, García y Caro (2000) señalan que las Mypes turísticas poseen estructuras empresariales muy simples, con unidades poco especializadas y mucha centralización en la toma de decisiones.

Casanueva, García y Caro (2000) consideran como una de las deficiencias de las Mypes turísticas el personal poco cualificado y a poca importancia prestada a la formación.

Por otro lado también consideran la 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.

La investigación ha tenido como objetivo general evaluar la calidad del servicio de las empresas turísticas de Chimbote y Nuevo Chimbote utilizando estándares derivados de las Buenas Prácticas 2016; hoy en día la calidad es un componente esencial para cualquier empresa que quiera ser competitiva; esta se puede gestionar siguiendo diferentes modelos de calidad, las investigaciones presentadas en este meta análisis se han orientado a evaluar la calidad a partir del cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas.

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.

La evaluación que se ha llevado a cabo ha estado orientada a determinar el cumplimiento de estándares en las siguientes dimensiones: gestión administrativa; equipamiento e infraestructura; gestión del servicio; gestión medioambiental y gestión sociocultural.

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.

Para las investigaciones incluidas en este informe, la calidad está dada por un porcentaje de cumplimiento de más del 80,0% de estándares derivados de las buenas prácticas, metodología que viene siendo promovida por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo- Mincetur de nuestro país; al respecto de la evaluación de la calidad:

Mincetur (2012), establece que es 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.

Las dimensiones que se han considerado en la evaluación han sido: gestión administrativa, equipamiento e infraestructura; gestión del servicio; gestión medioambiental y gestión sociocultural, a continuación, se abordará la discusión de cada una de ellas:

En lo que respecta a la **gestión administrativa** se han considerado todas aquellas tareas que son llevadas a cabo por los propietarios o gerentes de las empresas turísticas; así tenemos que se han evaluado con total de 56 estándares divididos en 8 sub dimensiones: planificación, organización, gestión de calidad, gestión de recursos humanos, gestión de suministros y proveedores, gestión de seguridad, gestión financiera

y contable y gestión de comunicación y marketing.

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.

De los 56 estándares evaluados tenemos que los restaurantes cumplen con el 66,0%, 59,0% 46,0% y 43,0%, Chávez (2013) en el metaanálisis Evaluación de la Calidad del Servicio de los Restaurantes de Chimbote y Nuevo Chimbote, 2013; identificó que de 4 empresas de restauración investigadas en la gestión administrativa se reportaron cumplimientos del 23,2% 53,6%, 35,7% y 48,2% de los estándares evaluados en esta dimensión. Los resultados obtenidos evidencian un mayor cumplimiento en los restaurantes de Chimbote y Nuevo Chimbote en el año 2016.

En lo que respecta a las empresas de alojamiento cumplen con el 86,0%, 95,0%, 45,0%, 84,0% y 79,0%; situación que evidencia que las empresas de alojamiento reportan un mayor cumplimiento de estándares que las empresas de restauración.

Casanueva, García y Caro (2000) indican que 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.

La segunda dimensión evaluada ha sido **equipamiento e infraestructura**, cuando se habla de servicio, este no se puede desvincular de los aspectos tangibles, que se constituyen en un complemento para poder prestar el servicio.

Para Martín (2004) 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.

En las investigaciones orientadas a las empresas de restauración se evaluaron 54 estándares en esta dimensión, reportando cumplimientos del 74,0%, 67,0%, 57,0% y 48,0%; estos resultados coinciden con los obtenidos por Chávez (2013) en donde este tipo de empresas han tenido porcentajes de cumplimiento: 53,7%, 61,1%, 74,0% y 85,2% *respectivamente*. Los resultados reflejan que en la provincia existen empresas que presentan mejores condiciones en su equipamiento e infraestructura, pero ninguna llega a cumplir con la totalidad de los estándares.

En lo que respecta a las empresas de alojamiento se evaluaron un total de 91 estándares, estas empresas han reportado un cumplimiento mayor a las empresas de restauración, así tenemos 79,0%, 91,0%, 57,0%, 86,0% y 70,0% de cumplimiento de estándares.

En general se ha identificado que en la totalidad de empresas no se disponen de ambientes destinados para el personal ni tampoco una oficina para organizar la documentación ni llevar a cabo las labores administrativas: por otro lado, se evidencia que no se han considerado aspectos de accesibilidad para personas con capacidades reducidas.

La tercera dimensión evaluada ha sido la gestión de servicio, al respecto 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.

En lo que respecta a las empresas de restauración se evaluaron un total de 114 estándares, reportando el 66,0%, 60,0%, 57,0% y 57,0% de cumplimiento de estándares, Chávez (2013) reportó empresas de restauración con un menor cumplimiento de estándares: 50,0%, 56,0% y 50,0% *respectivamente*. Por otro lado, en las empresas de alojamiento se evaluaron 99 estándares en la gestión de servicio, de los cuales las

empresas han cumplido con el 85,0%, 99,0%, 59,0%, 84,0% y 80,0%.

En la **gestión medioambiental** se han evaluado 5 sub dimensiones: uso del agua, uso de energía, consumo de productos, gestión de residuos y adaptación al medio. En las empresas de restauración se han evaluado 24 estándares, reportando cumplimientos del 58,0%, 63,0%, 46,0% y 25,0%, Chávez (2013) reportó cumplimientos del 33,3%, 58,3%, 29,2% y 58,3% respectivamente, los que son similares a los de esta investigación. Para la evaluación de las empresas de alojamiento se han considerado 25 estándares, de los cuales se han reportado cumplimientos del 68,0%, 72,0%, 56,0%, 72,0% y 84,0%. Esta dimensión está tomando cada vez mayor importancia debido a los efectos que se han generado en el medio ambiente a partir de una actividad empresarial poco o nada enfocada en la protección y uso de adecuado de los recursos naturales y del medio natural. Los resultados de las investigaciones ponen en evidencia que las empresas turísticas e Chimbote y Nuevo Chimbote vienen aplicando muy pocos estándares que contribuyan a generar un menor impacto en el medio ambiente.

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. 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.

Rainforest Alliance (s.f.), 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.

En lo referente a la gestión sociocultural se han evaluado un total de 13 estándares distribuidos en 2 subdimensiones: apoyo a la cultura local y apoyo a la comunidad local. Las empresas de restauración han reportado un cumplimiento del 31,0% , 38,0%, 38,0% y 23,0% Chávez (2013) determinó resultados similares, ya que

las empresas de restauración de Chimbote y Nuevo Chimbote cumplían con el 15,4%, 38,5%, 30,8% y 30,8% de estándares respectivamente. Por otro lado, las empresas de alojamiento han reportado un cumplimiento del 62,0%, 77,0%, 54,0%, 69,0% y 77,0% de estándares. Los resultados demuestran que las empresas de alojamiento demuestran un mayor compromiso con la sociedad en la cual llevan a cabo su labor empresarial.

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 sociocultural 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.

En términos generales en las empresas de restauración se evaluaron 261 estándares de los cuales se han obtenido cumplimientos del 65,0%, 60,0%, 55,0% y 48,0%; dando como promedio un cumplimiento del 57,0% Chávez (2013) identificó resultados similares, ya que los restaurantes cumplieron con el 41,8%, 56,0%, 49,0% y 71,6% respectivamente, con un promedio de cumplimiento del 55,0%.

En lo que respecta a las empresas de alojamiento se evaluaron un total de 284 estándares, de los que se han reportado cumplimientos del 81,0%, 92,0%, 55,0%, 83,0% y 77,0%, dando como promedio un cumplimiento del 78,0%.

En términos generales, los resultados evidencian que las empresas de alojamiento y restauración de Chimbote y Nuevo Chimbote 2016 no cumplen con un porcentaje de estándares que permita garantizar un servicio de calidad, por otro lado, las empresas dedicadas a prestar el servicio de alojamiento han reportado un mayor cumplimiento de estándares en comparación con las empresas de restauración.

## CONCLUSIONES

- En la gestión administrativa se determinó que las empresas de alojamiento y restauración de Chimbote y Nuevo Chimbote 2016, en promedio cumplen con el 67,0% de estándares derivados de las buenas prácticas evaluados.
- En lo que respecta al equipamiento e infraestructura de las empresas turísticas de Chimbote y Nuevo Chimbote 2016; las empresas de restauración en promedio cumplen con 33 de los 54 estándares derivados de las buenas prácticas, los que representan el 61,0% de estándares evaluados. Por otro lado, las empresas de alojamiento cumplen con 70 de 91 estándares, los que representan el 77,0% de estándares evaluados.
- En lo referente al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en la gestión del servicio tenemos que las empresas de restauración de Chimbote y Nuevo Chimbote 2016 cumplen con 68 estándares en promedio, los que representan el 60,0% de estándares evaluados. Por su parte de las empresas de alojamiento cumplen 81 estándares en promedio, los que representan el 82,0% de estándares evaluados.
- Sobre el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en la gestión medioambiental de las empresas turísticas de Chimbote y Nuevo Chimbote 2016, tenemos que las empresas de restaurantes cumplen en promedio con el 48,0% de estándares evaluados; mientras que las empresas de alojamiento cumplen en promedio con el 70,0% de estándares evaluados.
- En lo que respecta al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en la gestión sociocultural de las empresas turísticas de Chimbote y Nuevo Chimbote 2016, tenemos un cumplimiento promedio del 52,0% de estándares evaluados.
- Se concluye que las empresas de restauración de Chimbote y Nuevo Chimbote 2016 cumplen en promedio 149 de los 261 estándares, los que representan el

57,0% de estándares evaluados; por su parte las empresas de alojamiento cumplen con 220 de 284 estándares, los que representan el 78,0% de estándares evaluados.

### Referencias bibliográficas

Casanueva, C., García, J., y Caro F.J. (2000). Organización y gestión de empresas turísticas. Madrid: Pirámide.

Chávez, N.K. (2013). Evaluación de la calidad de los restaurantes de Chimbote y Nuevo Chimbote 2013. ULADECH Católica. Chimbote, Perú.

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

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

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

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/MBP\\_atencion\\_cliente\\_dirigido\\_ge\\_ad\\_mm.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/cultur/pdfs_documentos_Cultur/MBP_atencion_cliente_dirigido_ge_ad_mm.pdf)

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

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

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

Rainforest Alliance. (s.f.). *Manual de buenas prácticas para turismo sostenible*. Recuperado de [www.rainforest-alliance.org/.../tourism\\_practices\\_guide\\_spanish.pdf](http://www.rainforest-alliance.org/.../tourism_practices_guide_spanish.pdf)

Ramírez, C. (1994). *Calidad total en las empresas turísticas*. México D.F.: Trillas.

Comentado [NK1]:

Comentado [NK2R1]: