



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL
CLIENTE EN LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIOS,
HOTELES, DISTRITO DE IQUITOS, AÑO 2018**

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

AUTOR:

BACH. ANTHONI ANGULO CAMPOS

ASESOR:

MBA. CRYSBER MOISÉS VALDIVIEZO SARAVIA

PUCALLPA – PERÚ

2018

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Mgtr. Sergio O. Ortiz García

Secretario

Mgtr. José Luis Meza Salinas

Miembro

Dr. Geider Grandes García

Presidente

MBA Crysber Moisés Valdiviezo Saravia

Asesor

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres, por el apoyo brindado durante toda esta etapa universitaria.

DEDICATORIA

La presente tesis, va dedicado a mis padres por su amor infinito y por los consejos que me brindaron en toda mi carrera universitaria.

A mi asesor Crysber M. Valdiviezo Saravia, por la paciencia que me tuvo durante el proceso de mi tesis.

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación ha sido determinar la gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, hoteles, distrito de Iquitos, año 2018. Como características de metodología de investigación citamos que es del tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal, descriptiva y correlacional. Con el instrumento de cuestionario compuesto por 21 preguntas se entrevistó bajo la técnica de encuesta a los propietarios de los hoteles seleccionados en la muestra. Como resultados se obtuvo que son dirigidos por gerentes que en su mayoría están en el rango de edad “31 a 40 años” (66.7%) y nivel de instrucción “universitario” (70,8%). Respecto a la gestión: el 87,5% de los hoteles se gestionan bajo la filosofía de la mejora continua; el 70,8% se guía según su misión y visión; el 91,7% tiene estandarizado los procesos clave de los hoteles. Respecto a atención del cliente: las mypes del sector servicios, hoteles, refieren que cuentan con la infraestructura adecuada (87,5%) para brindar el servicio que ofrecen a sus clientes y tienen protocolos de atención difundidos entre su personal y siempre existe una supervisión de sus servicios antes de ser ofrecidos. Los gerentes reconocen como primera ventaja de cumplir con la promesa de servicio a la “rentabilidad” (62,5%); “imagen” (16,7%); “posicionamiento” (12,5%) y “nuevos clientes” (8,3%). Finalmente, para este sector, la evaluación del nivel de satisfacción del cliente es “permanentemente” en la mayoría de ellos.

Palabras clave: Gestión de calidad, atención al cliente, hoteles, servicio.

ABSTRACT

The objective of this research has been to determine the management under the focus of customer service in the mypes of the service sector, hotels, district of Iquitos, year 2018. As characteristics of research methodology we cite that it is of the quantitative type, descriptive level, non-experimental design, transversal, descriptive and correlational. With the questionnaire instrument composed of 21 questions, the owners of the hotels selected in the sample were interviewed under the survey technique. As results it was obtained that they are directed by managers that in their majority are in the age range "31 to 40 years" (66.7%); level of "university" education (70.8%). Regarding management: 87.5% of hotels are managed under the philosophy of continuous improvement; 70.8% are guided by their mission and vision; 91.7% have standardized key hotel processes. Regarding customer service: the mypes of the service sector, hotels, refer that they have the adequate infrastructure (87.5%) to provide the service they offer to their clients and have service protocols disseminated among their staff and there is always supervision of their services before they are offered. Managers recognize "profitability" (62.5%), "image" (16.7%), "positioning" (12.5%) and "new clients" (8.3%) as the first advantage of fulfilling the service promise. Finally, for this sector, the evaluation of the level of customer satisfaction is "permanently" in most of them.

Key words: Quality management, customer service, hotels, service.

ÍNDICE GENERAL

TITULO DE LA TESIS	i
FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT.....	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Planteamiento del problema.....	3
1.1.1 Caracterización del problema.....	3
1.1.2 Enunciado del problema.....	4
1.2 Objetivos de la investigación	4
1.2.1 Objetivo general	4
1.2.2 Objetivos específicos	4
1.3 Justificación de la investigación	5
CAPÍTULO II. REVISIÓN DE LITERATURA	6
2.1 Antecedentes	6
2.1.1 Antecedentes internacionales.....	6
2.1.2 Antecedentes nacionales	7
2.1.3 Antecedentes regionales.....	9
2.1.4 Antecedentes locales	10
2.2 Bases teóricas de la investigación.....	10
2.2.1 Enfoque de atención al cliente	10
2.2.2 Calidad de servicio.....	11
2.2.3 Satisfacción del cliente.....	11
2.2.3.1 Beneficios de satisfacción del cliente	12
2.2.4 Gestión de calidad	13
2.2.5 Sistema de gestión de la calidad (SGC).....	14
2.2.6 La micro y pequeña empresa	16

2.3	Marco Conceptual	19
2.3.1	Categorización de los establecimientos de hospedaje	19
2.3.2	Glosario de términos.....	20
CAPITULO III. HIPÓTESIS		21
3.1	Hipótesis general	21
3.2	Hipótesis específicos	21
CAPÍTULO VI. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		22
4.1	Diseño de investigación	22
4.1.1	Tipo de investigación	22
4.1.2	Nivel de investigación	22
4.2	Población y muestra	23
4.2.1	Población.....	23
4.2.2	Muestra	23
4.3	Definición y operacionalización de las variables	25
4.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	26
4.4.1	Técnicas.....	26
4.4.2	Instrumentos.....	26
4.5	Plan de análisis	26
4.6	Matriz de consistencia de la investigación	27
4.7	Principios éticos	30
CAPÍTULO V. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN		31
5.1	Resultados	31
A:	Respecto al microempresario	31
B:	De la gestión de calidad	34
C:	Atención al cliente.....	43
5.2	Análisis de resultados.....	52
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		61
6.1	Conclusiones de la investigación	61
6.2	Recomendaciones	62
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		63
ANEXOS.....		66
1.-	Cronograma.....	66
2.-	Presupuesto	67
3.-	Encuesta	68

4. - Vistas fotográficas de la investigación	71
---	-----------

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Clasificación de las Mypes, según la Ley N°28015.....	17
Tabla 2. Clasificación de las Mypes en el Perú, según el DS N° 007-2008	18
Tabla 3. Clasificación de las Mypes en el Perú, según la Ley N° 30056.....	18
Tabla 4: Definición y operacionalización de las variables.....	25
Tabla 5: Matriz de consistencia	27
Tabla 6: ¿Cuál es la edad del microempresario?.....	31
Tabla 7: ¿Cuál es el sexo del microempresario?.....	32
Tabla 8: ¿Cuál es el nivel de instrucción del microempresario?.....	33
Tabla 9: ¿Cuántos años tiene presencia su empresa en el mercado?	34
Tabla 10: ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?	35
Tabla 11: ¿Se practica la filosofía de la mejora continua?.....	36
Tabla 12: ¿Su organización se guía por la misión y visión?.....	37
Tabla 13: ¿Su empresa tiene definido un plan de gestión?	38
Tabla 14: ¿La administración aplica técnicas de gestión de calidad?.....	39
Tabla 15: ¿Se han estandarizado los procesos clave de la empresa?	40
Tabla 16: ¿Se aplica técnicas para la solución de problemas?.....	41
Tabla 17: ¿Cuenta con la infraestructura para brindar el servicio que ofrece?.....	42
Tabla 18: ¿Capacita al personal para asegurar la eficacia en el servicio?.....	43
Tabla 19: ¿Existen protocolos de atención difundidos entre su personal?.....	44
Tabla 20: ¿Sus servicios son previamente revisados antes de ser ofrecidos?.....	45
Tabla 21: ¿Se brinda atención a sugerencias y reclamos de los clientes?.....	46
Tabla 22: ¿Qué ventajas la representa brindar buen servicio al cliente?	47

Tabla 23: ¿Evalúa en su personal la actitud de servicio?.....	48
Tabla 24: ¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente con el servicio?	49
Tabla 25: ¿Tiene un plan de acción para mejorar la calidad de atención?.....	50
Tabla 26: ¿Utiliza medios de comunicación y redes sociales para llegar al cliente? 51	
Tabla 27: Cronograma de Actividades.....	66
Tabla 28: Presupuesto General	67

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Infraestructura hotelera de Iquitos	4
Figura 2: ¿Cuál es la edad del microempresario?	31
Figura 3: ¿Cuál es el sexo del microempresario?	32
Figura 4: ¿Cuál es el nivel de instrucción del microempresario?	33
Figura 5: ¿Cuántos años tiene presencia su empresa en el mercado?	34
Figura 6: ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?	35
Figura 7: ¿Se practica la filosofía de la mejora continua?	36
Figura 8: ¿Se guía por la misión y visión?	37
Figura 9: ¿Su empresa tiene definido un plan de gestión?	38
Figura 10: ¿La administración aplica técnicas de gestión de calidad?	39
Figura 11: ¿Se han estandarizado los procesos clave de la empresa?	40
Figura 12: ¿Se aplica técnicas para la solución de problemas?	41
Figura 13: ¿Cuenta con la infraestructura para brindar el servicio que ofrece?	42
Figura 14: ¿Capacita al personal para asegurar la eficacia en el mercado?	43
Figura 15: ¿Existen protocolos de atención difundidos entre su personal?	44
Figura 16: ¿Sus servicios son previamente revisados antes de ser ofrecidos?	45
Figura 17: ¿Se brinda atención a sugerencias y reclamos de los clientes?	46
Figura 18: ¿Qué ventajas le representa brindar buen servicio al cliente?	47
Figura 19: ¿Evalúa en su personal la actitud del servicio?	48
Figura 20: ¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente con el servicio?	49
Figura 21: ¿Tiene un plan de acción para mejorar la calidad de atención?	50
Figura 22: ¿Utiliza medios de comunicación y redes sociales para llegar al cliente?	51

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

El turismo es un sector que tiene mucho por crecer. En la realización del presente informe final de investigación el sector hotelero del distrito de Iquitos, soporte del turismo de la región, ha puesto la atención en el uso de la tecnología para poner a disposición de los usuarios su oferta de servicios y, además de mejorar la rapidez de las transacciones, lograr la satisfacción de servicio del cliente.

Atrás quedó que los servicios turísticos eran ofrecidos únicamente en establecimientos físicos, abiertos al público interesado en la compra de vuelos, hospedajes o paquetes turísticos diversos. Dicho modelo de negocio tradicional se ha transformado completamente con la llegada del internet. Este ha dado paso a una serie de cambios decisivos en la forma de ver no solo la publicidad online sino fundamentalmente el comercio de los servicios turísticos, en especial la industria hotelera.

En los últimos diez años, el mayor dinamismo de las ofertas turísticas hizo que el consumidor tenga más y mejores herramientas para la toma de sus decisiones de compra, y por tanto, continuará un efecto espiral en la industria que ha formado su propio ecosistema. Los actores de este ecosistema (usuarios, hoteles, agencias, aerolíneas, alquiler de autos, entre otras), se encuentran cada vez más y más conectados. En tal sentido, son los usuarios quienes ahora cuentan con el total dominio y decisión respecto de la elección de los hoteles, aerolíneas y demás servicios que conforman la experiencia de viaje.

Este nuevo modelo de negocio se fundamenta en la interrelación surgida entre proveedor y usuario, y entre usuarios y usuarios, quienes comparten sus experiencias no solo de viaje. Pero también es una realidad la interrelación entre proveedor y proveedor de servicios turísticos, quienes utilizan esta infraestructura informática para masificar los servicios ofrecidos, como es el caso de las agencias de viaje.

En ese contexto, no es de asombrar entonces que uno de los pilares del e-commerce en el Perú y en el mundo sea el sector turismo, cuyos ingresos por este medio virtual alcanzan ya el 70%, con lo cual se convierte en un dinamizador importante de la economía.

Como muestra de este boom moderno en el interés de mejorar el servicio con el uso de la tecnología, nuevas inversiones de grandes cadenas hoteleras apuestan con inversiones en la ciudad de Iquitos, como el reciente hotel Double Tree de la cadena Hilton.

1.1 Planteamiento del problema

El cliente también evoluciona y se genera una expectativa de servicio el cual aún no es concebido en toda su dimensión por las gerencias de las mypes del sector servicios, hoteles del distrito de Iquitos. Son muchas las experiencias de los usuarios que reportan una mala calidad de atención, diferente a la esperada. Hoy con una cultura de servicio en auge, los hoteles se encuentran a merced del cliente, quienes al final del servicio pueden realizar una evaluación, la que puede ser positiva o negativa. Si no se cumplió con la promesa de servicio, el cliente registrará una mala recomendación que en la práctica afectará por mucho tiempo tanto la imagen como la rentabilidad del hotel.

1.1.1 Caracterización del problema

Es de esperar que existe una resistencia por parte de los clientes al comercio electrónico o también conocido como **e-commerce**, pues en un principio existieron prácticas que contenían engaño, fraude o las mismas prácticas desleales en la comercialización de bienes o servicios. En el desarrollo de comercio electrónico, nuestro país aún está detrás de Brasil, Argentina y Chile.

En estos últimos años, se ha logrado revertir las malas experiencias y la tecnología es aprovechada para llegar más rápido y con claridad al cliente, siempre con supervisión y seguridad, el cual no ha menoscabado en detalles.

Así, se podría afirmar que la tecnología es ahora la plataforma para impulsar un nuevo **sector hotelero**, que está dispuesto a aprovechar las oportunidades en tiempo, rapidez, sincronización y calidad, quedando espacio para dedicarse a brindar el mejor servicio y cumplir con las expectativas de sus clientes.

Figura 1: Infraestructura hotelera de Iquitos



1.1.2 Enunciado del problema

¿el incumplimiento de la promesa de servicio es consecuencia de la ausencia de gestión de calidad y enfoque en el cliente en las mypes del sector servicios, hoteles, del distrito de Iquitos, año 2018?

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo general

Investigar si las mypes del sector servicios, hoteles, del distrito de Iquitos, año 2018, se gestionan con calidad y tienen difundido un plan de atención al cliente como estrategia de servicio.

1.2.2 Objetivos específicos

- Investigar si las mypes del sector servicios, hoteles, del distrito de Iquitos, año 2018, se gestionan con uso de herramientas de administración y calidad.
- Investigar si las mypes del sector servicios, hoteles, del distrito de Iquitos, año 2018, tienen como estrategia de servicio un plan de atención al cliente.

1.3 Justificación de la investigación

Consideramos que la realización de este informe final de investigación es de interés tanto para el sector hotelero del distrito de Iquitos como en el sector académico, porque el fin es proporcionar con la investigación universitaria divulgar conocimientos respecto a nuevas innovaciones en la forma de hacer negocios y donde se destaque la importancia de la satisfacción del cliente como medio de sostenibilidad de las mypes en el mercado.

Por otro lado, toda innovación debe ser acompañada del factor humano quienes tienen una notable participación en la cultura de servicio, el cual debe ser evidenciado con una actitud de servicio y una mejor comunicación para entablar un vínculo duradero con el cliente.

Finalmente, la investigación se justifica porque servirá de modelo para la realización de otros estudios similares en el sector, con el interés de promover una cultura de mejora continua.

CAPÍTULO II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1 Antecedentes internacionales

Muñoz, G. (2017). En su tesis “Análisis de la calidad del servicio del hotel perla verde de la ciudad de Esmeraldas”, para optar el título profesional de Magister en Administración de Empresas, Universidad Católica de Ecuador. Objetivos, analizar la calidad del servicio que brinda el personal del hotel perla verde, identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en la gestión de calidad y explicar un plan de mejora para fortalecer el servicio en el hotel. Metodología, esta investigación se desarrolló bajo el carácter cuanti-cualitativa, fruto de la interrelación humana. En el transcurso de la misma se efectuó la investigación bibliográfica, así como la revisión de documentos y archivos históricos, también se mantuvo un paradigma cualitativo, la cual se fundamentó en conocer la realidad de la gestión y en el estudio se conoció el escenario en el que se desarrolla la práctica de control de calidad. Se concluye que la falta de capacitación al personal del hotel, la inexistencia de manuales de procedimientos y la prestación de servicios carece de valor agregado, la aplicación de la herramienta de medición de la calidad del servicio Servqual, evidenció que las variables dieron resultados positivos. Sin embargo algunas variables prestaron variaciones negativas. En los resultados de forma general nos muestra una gran deficiencia en el servicio brindado, ya que esto hace que se tome en consideración las variables resultantes negativas.

Wenzel, M. (2006). En su tesis para optar al título de Administrador de Empresas de Turismo “Eco-gestión en el área habitaciones de hoteles cinco y tres

estrellas de las ciudades de Villarrica y Pucón”. Esta investigación tuvo por objetivo, realizar una propuesta de eco gestión para el área de habitaciones de hoteles cinco y tres estrellas de las ciudades de Villarrica y Pucón, con la finalidad de proponer alternativas para su óptimo manejo, contribuyendo así al logro de un desarrollo sustentable con la adopción de buenas prácticas ambientales dentro de ella. Para realizar la investigación se aplicó un análisis descriptivo, realizando una previa revisión bibliográfica y de material in situ, previamente visitando algunos organismos públicos.

Como conclusiones indica que los hoteles que no protejan el medio ambiente y la cultura estarán contribuyendo a la destrucción de los verdaderos atractivos de los que depende su éxito, en particular una atmósfera limpia, agua saludable y un entorno sano y hermoso es lo que buscan los clientes. A todo esto, podemos decir que existe poca educación medioambiental no existe un compromiso de parte de los colaboradores con respecto al cuidado del medio ambiente.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Cañi, E. (2016). Tesis para optar el título profesional de Ingeniería Comercial, “La gestión de servicio al cliente y el nivel de rentabilidad del sector hotelero del distrito de Tacna año 2015”. Objetivos, determinar la correlación que existe entre la gestión del servicio al cliente y el nivel de rentabilidad, analizar cómo es percibido el servicio por los turistas nacionales y extranjeros en el sector hotelero, distrito de Tacna, año 2015. Metodología, se utilizó el tipo de investigación descriptiva, ya que está orientada a conocer la situación sobre gestión y a la parte económica de las empresas hoteleras a fin de mejorar la rentabilidad. Como conclusiones, se determinó que si

existe correlación entre el servicio al cliente y la rentabilidad, al mismo tiempo mediante la prueba de Spearman se sabe que la correlación es significativa y positiva.

Por otro lado según los resultados obtenidos por la hipótesis específica esto se relaciona al nivel de rentabilidad del sector hotelero, ya que esto permitió conocer que el 46,8% de los establecimientos de hospedajes pertenecientes tiene un nivel de rentabilidad regular.

Cruz, N. (2014). Tesis “Estrategias de diferenciación para mejorar los resultados económicos de los hoteles en el distrito de Huancayo”, para optar el grado académico de Magister en Administración, Universidad Nacional del Centro del Perú, Escuela de Posgrado. Su objetivo, determinar el impacto de la estrategia de diferenciación en la mejora de los resultados económicos de los hoteles, evaluar la influencia de la organización para incrementar el servicio de atención al cliente y describir el conocimiento técnico y profesional. Metodología, se efectuó el tipo de investigación inductivo-deductivo, además de ser: analítico-sintético.

Se concluye, que la estrategia de diferenciación establece un impacto positivo y significativo en las mejoras económicas de los hoteles del distrito de Huancayo, se evalúa que la organización hotelera influya directamente en las estrategias para mejorar el servicio de atención al cliente. Esto conlleva a que una organización hotelera ayudara a incrementar el número de clientes del sector hotelero del distrito de Huancayo.

Guillen, K. (2014). Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Turismo “Las agencias de viajes y turismo mayorista y su contribución en la competitividad de las agencias de viajes y turismo minorista del Centro Histórico de Trujillo- La Libertad, 2014”. Objetivos, determinar la contribución de las agencias de

viajes y turismo mayorista respecto a la competitividad de las agencias de viajes y turismo minorista del centro histórico de Trujillo- La Libertad-2014. El presente estudio se enmarca dentro del tipo de investigación descriptiva bajo la modalidad de un proyecto factible; se aplicó un cálculo muestral de tipo estratificado por proporciones. Esta investigación concluyó que con las tecnologías de información la industria del turismo mundial han logrado grandes beneficios como son el mejoramiento de las operaciones de las empresas, conocer mejor las necesidades de los clientes, ofrecer una mejor entrega del servicio, llegar a un mayor número de clientes y a nuevos mercados; sin embargo afronta el reto de cambiar paradigmas que existen y empezar a ver las tecnologías de información, más allá que como simples sistemas de computación.

2.1.3 Antecedentes regionales

Arana, C. (2011). En su tesis “Aplicación del Empowerment en la gestión gerencial de los hoteles y hostales de tres estrellas de la ciudad de Iquitos”, para optar el título profesional de Licenciada en Administración, Universidad Nacional de la Amazonia Peruana. Su objetivo general es determinar todas las características del Empowerment que utilizan los gerentes de los hoteles y hostales tres estrellas. La metodología se desarrolló bajo el tipo de investigación no experimental y es del diseño transversal por cuanto a la encuesta se aplicó a los gerentes o administradores en un solo momento. Conclusiones, el 66% más de la mitad de los gerentes, expresa que la satisfacción de los clientes es la necesidad de afiliación ya que esto manifiesta mediante la participación en las actividades de la empresa para ser aceptado en un equipo. La presencia personal expresa el liderazgo de un gerente, cuando se aplica el empowerment, un 34% así lo señala. El 62% de los gerentes consideran que el

liderazgo y el empoderamiento deben ser generalizados en todos los trabajadores, mientras que el 28% considera que es el buen nivel remunerativo el que determina en la satisfacción con sus tareas. Por otro lado, el 52% considera que los conflictos más frecuentes son entre trabajadores y un 24% señala que son por intereses de la empresa.

2.1.4 Antecedentes locales

Puente, K.; Villareal J. (2016), en su tesis “Estudio para la creación de un hotel temático basado en la cultura loreтана, ubicado en la ciudad de Iquitos - 2016”, para optar el título profesional de Licenciada en Turismo y Hotelería, estudio cuyo objetivo fue la factibilidad de creación de un hotel temático en la ciudad de Iquitos. Estudio realizado bajo la metodología de investigación del tipo cuantitativa, diseño no experimental, descriptivo. Entre sus conclusiones están que los turistas nacionales y extranjeros tienen preferencias por alojarse en un hotel temático basado en la cultura loreтана; optan como prioridad la calidad al momento de elegir donde hospedarse y que su ubicación sea frente al río, porque tiene una mejor vista hacia la naturaleza y reflejaría tranquilidad.

2.2 Bases teóricas de la investigación

2.2.1 Enfoque de atención al cliente

Calderón N. (2002), nos dice que el servicio de atención al cliente es el conjunto de actividades que se interrelacionan, con el fin de que el cliente termine satisfecho con el servicio o producto que se le brinda. Un buen servicio al cliente puede llegar al éxito de la empresa para las ventas más poderosas y así generar clientes fieles a la organización, atraer un nuevo cliente es un gran reto para las empresas por lo que las compañías han optado por poner mecanismos adecuados y establecidos sobre mejores tratos y servicio al usuario.

Es el primer principio en el que se basa el Sistema de Gestión de Calidad: “El enfoque principal de la gestión de calidad es satisfacer la necesidad de los clientes y esforzarse en exceder sus expectativas”.

2.2.2 Calidad de servicio

Son las características de producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto o servicio; es por eso que hay que entender el servicio como el conjunto de prestaciones accesorias de naturaleza cuantitativa o cualitativa que acompaña a la prestación principal, ya consista en un producto o en un servicio. Ruiz, C. (2001).

2.2.3 Satisfacción del cliente

Hoy para lograr la plena "satisfacción del cliente", hay que “ganarse” un lugar en la "mente" de los clientes y, en consecuencia, en el mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener satisfecho a cada cliente ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales (producción, finanzas, recursos humanos, etc.) de una empresa exitosa.

En consecuencia, resulta de importancia que tanto mercadólogos, como todas las personas que trabajan en una empresa u organización, conozcan cuáles son los beneficios de lograr la satisfacción del cliente, cómo definirla, cuáles son los niveles de satisfacción, cómo se forman las expectativas en los clientes y en qué consiste el rendimiento percibido, para que de esa manera, estén mejor capacitadas para coadyuvar activamente con todas las tareas que apuntan a lograr la tan anhelada “satisfacción del cliente”. (Thompson, I. 2005).

2.2.3.1 Beneficios de satisfacción del cliente

Se pueden enumerar muchos beneficios que toda empresa u organización puede obtener al lograr la satisfacción de sus clientes, y para facilidad de nuestra investigación, se resumirá en tres grandes beneficios que brindan una idea bastante clara acerca de la importancia de lograr la “satisfacción del cliente”.

Primer beneficio: El cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar, Por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y, por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro.

Segundo beneficio: El cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos.

Tercer beneficio: El cliente satisfecho deja de lado a la competencia, Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar (participación) en el mercado.

En síntesis, toda empresa que logre la satisfacción del cliente obtendrá como beneficios:

- La lealtad del cliente (futuras ventas).
- Difusión gratuita (nuevos clientes).
- Una determinada participación en el mercado.

A la Satisfacción del Cliente lo define como “el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas” (Thompson I. , 2005).

2.2.4 Gestión de calidad

Según Pérez & Gardey, (2014), sistema de gestión de calidad se denomina al mecanismo operativo de una organización para optimizar sus procesos.

El objetivo es orientar la información, la maquinaria y el trabajo de manera tal que los clientes estén conformes con los productos y/o los servicios que adquieren.

El sistema de gestión de calidad, por lo tanto, apunta a la coordinación de procedimientos y recursos para mejorar la calidad de la oferta. Un cliente satisfecho siempre implica un beneficio para la empresa: mayores ganancias, fidelidad, menos gastos en resolución de problemas, etc.

Nos dice Valencia, Empresas y Calidad, (2016). La gestión de calidad se puede dividir en cuatro categorías:

1. Fase de Planificación.

Esta es la fase más importante de todas. Aquí es cuando la empresa tiene que abordar cualquier problema o consulta, llegar a la raíz y recopilar todos los datos que nos ayuden a encontrar soluciones a todos y cada uno de los problemas.

2. Fase de acción.

Con toda la información anterior, los empleados desarrollan una solución para los problemas definidos. La eficacia de las soluciones y estrategias también se mide en esta etapa.

3. Fase de comprobación.

Es ahora cuando se hace un análisis que compara el antes y el después para comprobar la eficacia de los procesos y medir los resultados.

4. Fase de actuación.

En esta fase se documentan los resultados y la empresa se prepara para hacer frente a otros problemas.

La importancia de la Gestión de la Calidad radica en la fidelización de los clientes al verse atendidos por productos de alta calidad lo que va a originar la satisfacción de los mismo y el hecho de que más personas quieran adquirir tus productos.

2.2.5 Sistema de gestión de la calidad (SGC)

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

Otra manera de definir un sistema de gestión de la calidad es descomponiendo cada una de sus palabras y definir las por separado:

Sistema: Conjunto de elementos relacionadas entre sí ordenadamente contribuyen a determinado objetos. Y estar bajo un conjunto de técnicas en favor de la organización y satisfacción de los clientes.

Gestión: Es la acción o efecto de hacer actividades para el logro de un negocio o un deseo cualquiera.

De estas dos definiciones podemos concluir que un sistema de gestión de la calidad son actividades planificadas, empresariales y controladas, que se realizan sobre

un conjunto de elementos para lograr la calidad. Así llevando al éxito a las organizaciones empresariales de distintos sectores.

Entre los elementos de un sistema de gestión de la calidad, se encuentran los siguientes:

1. Estructura Organizacional. Modelos de gestión de calidad.
2. Planificación (Estrategia). Encargado por los gerentes de las empresas.
3. Recursos. Es todo lo que se necesita para alcanzar el logro de las organizaciones y sus objetivos.
4. Procesos. Conjunto de actividades que transforman elementos de estradas en producto o servicio.
5. Procedimientos. Son la forma de llevar a cabo un proceso, conjunto de pasos detallados que deben realizar para poder transformar los elementos de entradas del proceso en productos o servicios

Todos estos elementos descritos anteriormente, están relacionados entre sí (de ahí a que es un sistema) y su vez son gestionados a partir de tres procesos de gestión.

La mejora en la calidad constituye grupo de actividades que llevan a la organización a cambios, es decir mayores niveles de desempeño.

La norma ISO 9001:2008 es un documento que establece requisitos para la implementación de un sistema de gestión de la calidad, y que pertenece a la familia ISO 9000 la cual es un conjunto de normas que representa un consenso internacional en buenas prácticas de gestión con el objetivo de que una organización pueda entregar productos y servicios que satisfagan los requisitos de calidad de los clientes.

La familia de normas ISO 9000 se divide en tres, como se presenta a continuación:

La ISO 9001:2008 es la única norma dentro de la familia que establece requisitos para un sistema de gestión de la calidad y la única que es auditable y certificable.

Es necesario aclarar que la norma ISO 9001 solo establece requisitos, es decir, lo que tenemos que hacer, pero no nos dice como debemos de hacerlo por lo que contribuye a que el documento sea flexible y pueda ser aplicado a diversos sectores. A continuación, se presentan algunos paradigmas de la norma:

La ISO 9000:2005 es la norma de fundamentos y vocabulario y en ella se encuentra la definición de los términos utilizados en todo el conjunto de normas que comprende la familia 9000, los 8 principios de la calidad en la cual está basada la familia de normas ISO 9000 y una breve introducción a los Sistemas de Gestión de Calidad.

La ISO 9004:2009 es una guía para la gestión del éxito sostenido y puede ser utilizada como un complemento para el Sistema de Gestión de la Calidad, pero no como una guía para su implementación ya que el propósito de este documento es otro. A diferencia de la 9001, esta norma no provee requisitos y no es auditable.

2.2.6 La micro y pequeña empresa

La definición de Mypes en el Perú ha variado a través del tiempo, debido a los constantes cambios en el nivel económico, social, y más aún en el mundo empresarial.

Para nuestro estudio analizaremos las tres últimas variaciones: la Ley N° 28015 correspondientes al año 2003, el Decreto Legislativo N°1086, correspondientes al año

2008, y la Ley N°30056, correspondientes al año 2013. A continuación, se exponen los dos casos:

Según la Ley de promoción y formalización de la 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 N.º 28015, 03/07/2003).

Asimismo, según la Ley en mención, las Mypes tienen como características esenciales poseer de 1 a 50 trabajadores y ventas de 1 a 850 UIT, tal como se muestra en la Tabla 1:

Tabla 1. Clasificación de las Mypes, según la Ley N°28015

Tamaño de empresa	N° Trabajadores	Ventas anuales
Microempresa	1-10	Hasta 150 UIT
Pequeña empresa	1-50	De 150 a 850 UIT

Fuente: Ley N°28015 (2003)

Según el Artículo N°4 del Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, Ley Mypes (Decreto Supremo N° 007-2008-TR,2008), se define a la Micro y Pequeña Empresa como “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.

De igual modo, según el Decreto Supremo en mención, las Mypes tienen como características esenciales poseer hasta 100 trabajadores y ventas anuales de hasta 1700 UIT, tal como se muestra en la Tabla 2:

Tabla 2. Clasificación de las Mypes en el Perú, según el DS N° 007-2008

Tamaño	Número de trabajadores	Ventas anuales
Microempresa	1-10	Hasta 150 UIT
Pequeña empresa	1-100	De 150 a 1700 UIT

Fuente: Decreto Supremo N° 007-2008-TR, 2008

De acuerdo con las modificaciones a los artículos 1, 5,14 y 42 Ley que Modifica Diversas Leyes para Facilitar la Inversión, Impulsar el Desarrollo Productivo y el Crecimiento Empresarial (Ley N° 30056), las Mypes se definen sólo por el volumen de ventas anuales, como se detalla en la Tabla 3:

Tabla 3. Clasificación de las Mypes en el Perú, según la Ley N° 30056

Tipo de empresa	Ventas anuales
Microempresa	Hasta 150 UIT
Pequeña empresa	De 150 a 1700 UIT

Fuente: Ley N° 30056 (2013)

2.3 Marco Conceptual

2.3.1 Categorización de los establecimientos de hospedaje

- **Categoría:** Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), “categoría” se refiere a los rangos en “número de estrellas” definidos por el *Reglamento de Establecimientos de Hospedaje*, las condiciones de funcionamiento y servicios que éstos deben ofrecer, de acuerdo a los requisitos mínimos establecidos. Sólo se categorizan la clase de Hotel, Apart- Hotel, Hostal y” Resort.

- **Hotel:** 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, debiendo cumplir con los requisitos mínimos que se señalan en el Anexo N° 1 del Reglamento de Establecimientos de Hospedaje.

- **Apart-Hotel:** Establecimiento de Hospedaje que está compuesto por departamentos que integran una unidad de explotación y administración. Los Apart-Hoteles pueden ser categorizados de 3 a 5 estrellas, debiendo cumplir con los requisitos mínimos que se señalan en el Anexo N° 2 del Reglamento de Establecimientos de Hospedaje.

- **Hostal:** Establecimiento de Hospedaje que ocupa la totalidad de un edificio o parte de este completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea. Los Hostales pueden ser categorizados de 1 a 3 estrellas, debiendo cumplir con los requisitos mínimos que se señalan en el Anexo N° 3 del Reglamento de Establecimientos de Hospedaje.

2.3.2 Glosario de términos

- **Atractivo turístico:** Lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico.
- **Boleto:** Tarjeta o documento que da derecho para entrar en alguna parte.
Ejemplo, el boleto aéreo permite entrar al avión y recorre con este boleto un número de millas en un plazo determinado.
- **Calendario turístico:** Publicación que contiene en orden cronológico los acontecimientos de interés turístico de un país, una región, una localidad, dentro de un espacio de tiempo determinado.
- **Catalogo turístico:** Lista selectiva de los sitios, objetos y acontecimientos de interés turístico de una localidad, región o país.
- **Centro turístico:** Son lugares que por sus atractivos particulares, por sus medios de comunicación equipamiento son objeto de demanda turística.
- **Centro vacacional:** Instalaciones que constituyen un conjunto autónomo de turismo colectivo. Dispone de locales y servicios comunes para la alimentación, práctica de deportes y diversiones.

CAPITULO III. HIPÓTESIS

3.1 Hipótesis general

Las mypes del sector servicios, hoteles, del distrito de Iquitos, año 2018, se gestionan con calidad y tienen difundido un plan de atención al cliente como estrategia de servicio que les permite cumplir con su promesa de servicio.

3.2 Hipótesis específicos

- Las mypes del sector servicios, hoteles, del distrito de Iquitos, año 2018, se gestionan con el uso de herramientas de administración y calidad que ha logrado que alcancen eficiencias en sus servicios.
- Las mypes del sector servicios, hoteles, del distrito de Iquitos, año 2018, tienen como estrategia de servicio el seguimiento a un plan de atención al cliente, que ha permitido garantizar un servicio de calidad.

CAPÍTULO VI. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Diseño de investigación

El diseño está compuesto por las siguientes características para un mejor tratamiento de la investigación:

- **No experimental:** Porque el investigador no realizó ninguna acción intencional sobre las variables.
- **Transversal:** Es cuando la información del objeto de estudio (población) se obtiene una única vez en un momento dado.
- **Descriptiva:** Según Salkind (1998). Se reseñan las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio.
- **Correlacional:** Tiene como propósito mostrar o examinar la relación entre variables o resultados de variables. Tiene como fuentes de información las bases de datos.

4.1.1 Tipo de investigación

Cuantitativa. En la recolección de datos y presentación de los resultados se utilizaron procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.

4.1.2 Nivel de investigación

Descriptivo. Para el desarrollo de la investigación se priorizó comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual y composición de los procesos de los fenómenos del problema planteado.

4.2 Población y muestra

4.2.1 Población

El universo o población está conformada por las mypes del sector servicios, hoteles, distrito de Iquitos, año 2018.

Para confirmar el número de estos establecimientos en el distrito de Iquitos, acudimos a realizar consulta a las fuentes de información empresarial como:

- Municipalidad Provincial de Maynas,
- Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Loreto (Dircetur)
- Oficina de Atención al Contribuyente de la Intendencia Regional de Loreto de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT).

Según la información que logramos obtener, los hoteles están registrados en categorías según el tipo: hotel, apart-hotel, hostel. A su vez, los hoteles están clasificados según la gama de servicios que ofrecen en “estrellas”.

Por conveniencia de la investigación, se seleccionó a hoteles de tres, cuatro y cinco estrellas de las principales vías del distrito de Iquitos, resultado 24 hoteles.

4.2.2 Muestra

Para la realización de la investigación, se tomó la decisión de tomar como muestra al 100% de la población (24 mypes), por la facilidad de acceso y la atención de sus propietarios y/o gerentes.

A continuación, se presenta los nombres de los hoteles que participaron de la investigación:

RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN
Double tree by Hilton (Hotel)	Jr. Napo 258-Iquitos
Samiria Jungle Hotel	Calle Ricardo Palma 159, Iquitos
Hotel Rio Huallaga & Business Center	Calle Arica N° 111
Hotel Victoria Regia	Calle Ricardo Palma 252, Iquitos
Hotel Oro Verde & Suites	Jr. Ucayali N° 315, Iquitos
Safari Hotel	Jr. Napo 118, Iquitos
Hotel Acosta	Huallaga 254, Iquitos
Hotel Europa	Jr. Próspero 494, Iquitos
Hotel Marañón	Jr. Nauta 289, Iquitos
Hotel Golden Star	Bermúdez 567, Iquitos
Royal Inn & Casino Hotel	Aguirre 793, Iquitos
Hotel Sol del Oriente	José Abelardo Quiñonez km. 2.5, Iquitos
Hotel Copoazu	Jr. Próspero 644, Iquitos
Gran Hotel Marañón	Loreto 446, Iquitos
Parthenon Hotel & Business Center	Av. 283-Pampachica, Guardia Civil, Iquitos
Hotel & Suites la Posada de Lobo	Jr. Cabo Pantoja, Alzamora, Iquitos
El Dorado Isabel Hotel	Jr. Napo 362, Iquitos
Palau Amazonas Hotel	Huallaga 346, Iquitos
El Dorado Express	Jr. Napo 480, Iquitos
Happy Day Plaza Hotel	Jr. Arica 361, Iquitos
Marfil del Amazonas MDA	Jr. Putumayo 510, Iquitos
Amarilis inn Hotel	Calle Libertad N° 719, Iquitos
Hotel Palacio de los Lirios	Arica 379, Iquitos
Bora Hotel	Antonio Raymondi 363, Iquitos

Fuente: elaborado por Anthoni Angulo

4.3 Definición y operacionalización de las variables

Tabla 4: Definición y operacionalización de las variables

VARIABLES		Definición conceptual	Definición operacional	Ítems del cuestionario
	Gestión de calidad	Son una serie de estándares Internacionales que especifican las recomendaciones y requerimientos para el diseño y valoración de un sistema de gestión que asegure que los productos satisfagan los requerimientos especificados.	Opinión del microempresario respecto a Gestión de Calidad.	¿La administración aplica técnicas de gestión de calidad?
			Opinión del microempresario respecto a los Procesos Claves de la empresa.	¿Se han estandarizado los procesos clave de la empresa?
			Opinión del microempresario respecto a la Solución de Problemas.	¿Se aplica técnicas para la solución de problemas? ¿Recoge sugerencias y atiende reclamos del cliente?
	Enfoque en el cliente	Es la identificación de los requerimientos de los clientes y la medición de su satisfacción, obedece a un proceso metodológico con una secuencia de pasos.	Opinión del microempresario respecto a su infraestructura del local.	¿Cuenta con la infraestructura para brindar el servicio esperado?
Opinión del microempresario respecto a la Vocación de Servicio de su Personal.			¿Capacita al personal para asegurar la eficacia en el servicio? ¿Se tiene establecido un protocolo de atención al cliente?	

Fuente: elaborado por Anthoni Angulo

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.4.1 Técnicas

Para la investigación se utilizaron las siguientes técnicas:

- Entrevista
- Encuesta

4.4.2 Instrumentos

Con la finalidad de recoger datos de las mypes seleccionadas como fuente de investigación, se elaboró un cuestionario estructurado de 21 preguntas presentados en una encuesta.

4.5 Plan de análisis

Los datos recolectados en la investigación fueron tratados bajo el análisis descriptivo. Asimismo, para la tabulación se utilizó el programa IBM SPSS STATISTICS versión 24, exclusivo para estadística e investigación.

4.6 Matriz de consistencia de la investigación

Tabla 5: Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS		VARIABLES	HIPÓTESIS		METODOLOGÍA	INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS
	Objetivo general	Objetivos específicos		Hipótesis general	Hipótesis específicas		
¿el incumplimiento de la promesa de servicio es consecuencia de la ausencia de gestión de calidad y enfoque en el cliente en las mypes del sector servicios, hoteles, del	Investigar si las mypes del sector servicios, hoteles, del distrito de Iquitos, año 2018, se gestionan con calidad y tienen	Investigar si las mypes del sector servicios, hoteles, del distrito de Iquitos, año 2018, se gestionan con uso de herramientas de	Variable dependiente Atención al Cliente Variable independiente Gestión de Calidad	Las mypes del sector servicios, hoteles, del distrito de Iquitos, año 2018, se gestionan con calidad y tienen difundido un plan de	- Las mypes del sector servicios, hoteles, del distrito de Iquitos, año 2018, se gestionan con el uso de herramientas de	<p>Tipo de investigación: Cuantitativa</p> <p>Nivel de investigación: Descriptiva</p> <p>Diseño de la investigación: - No experimental, Transversal, Descriptivo y Correlacional.</p>	<p>Técnicas - Entrevista - Encuesta</p> <p>Fuentes: - Dircetur Loreto - SUNAT - Municipalidad Provincial de Maynas</p> <p>Instrumento: Cuestionario 21 preguntas</p>

<p>distrito de Iquitos, año 2018?</p>	<p>difundido un plan de atención al cliente como estrategia de servicio.</p>	<p>administración y calidad.</p> <p>Investigar si las mypes del sector servicios, hoteles, del distrito de Iquitos, año 2018, tienen como estrategia de servicio un plan de atención al cliente.</p>		<p>atención al cliente como estrategia de servicio que les permite cumplir con su promesa de servicio.</p>	<p>administración y calidad que ha logrado que alcancen eficiencias en sus servicios.</p> <p>- Las mypes del sector servicios, hoteles, del distrito de Iquitos, año 2018, tienen como estrategia de servicio el seguimiento a un plan de atención al</p>		<p>Población</p> <p>Según la investigación se determinó que la población está compuesta por 24 mypes de hoteles de cuatro y cinco estrellas localizadas en las principales vías del distrito de Iquitos.</p> <p>Muestra</p> <p>Como muestra se seleccionó por conveniencia al 100.0% de la población.</p>
---------------------------------------	--	--	--	--	---	--	---

					cliente, que ha permitido garantizar un servicio de calidad.		
--	--	--	--	--	--	--	--

Fuente: elaborado por Anthoni Angulo

4.7 Principios éticos

Los principios éticos se refieren a aquellos juicios generales que sirven como justificación básica para las muchas prescripciones y evaluaciones éticas particulares de las acciones humanas.

Nuestra investigación ha procurado mantener presente tres principios básicos, en lo que consta los principios éticos que presenta nuestra investigación, en todo su desarrollo:

- Se informará el objetivo de trabajo.
- Ninguna de las preguntas atentará contra de la salud física, moral y social de los participantes.
- Los instrumentos serán anónimos.

Siendo estos principios acordes con nuestra tradición cultural y particularmente relevantes para la ética de la investigación con personas.

CAPÍTULO V. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 Resultados

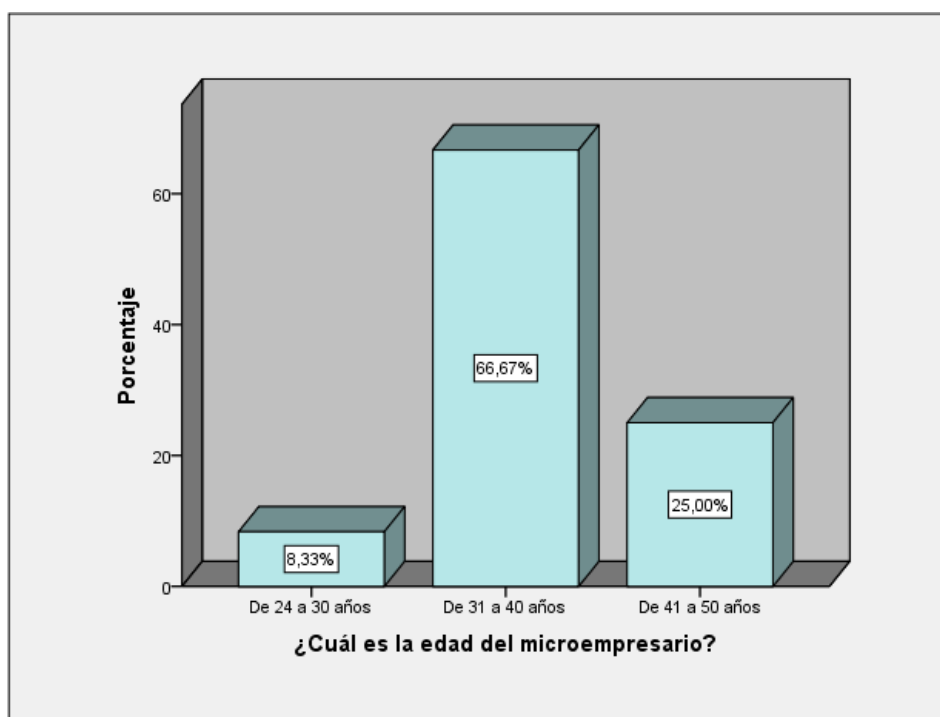
A: Respecto al microempresario

Tabla 6: ¿Cuál es la edad del microempresario?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 24 a 30 años	2	8,3	8,3	8,3
	De 31 a 40 años	16	66,7	66,7	75,0
	De 41 a 50 años	6	25,0	25,0	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados obtenidos de la investigación

Figura 2: ¿Cuál es la edad del microempresario?



Fuente: Tabla 6

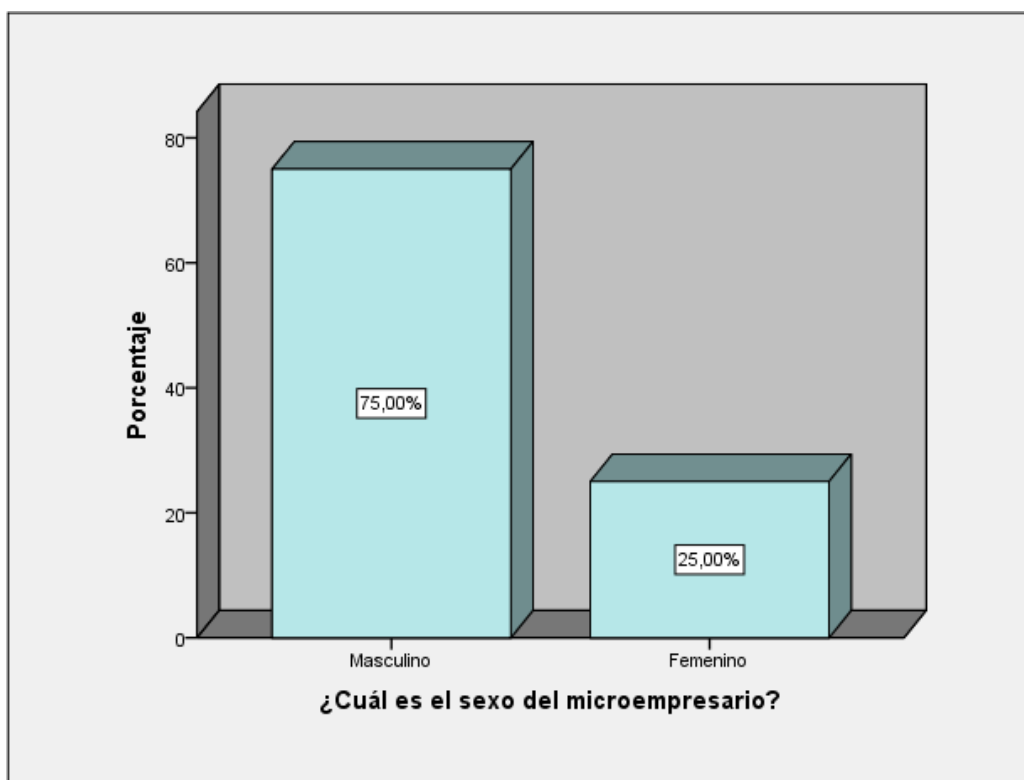
INTERPRETACIÓN: según la información recogida en las encuestas, los microempresarios en su mayoría (66,7%) están en el rango de edad de “31 a 40 años”; 8.33% de “24 a 30 años” y de “41 a 50 años”.

Tabla 7: ¿Cuál es el sexo del microempresario?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	18	75,0	75,0	75,0
	Femenino	6	25,0	25,0	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados obtenidos de la investigación

Figura 3: ¿Cuál es el sexo del microempresario?



Fuente: Tabla 7

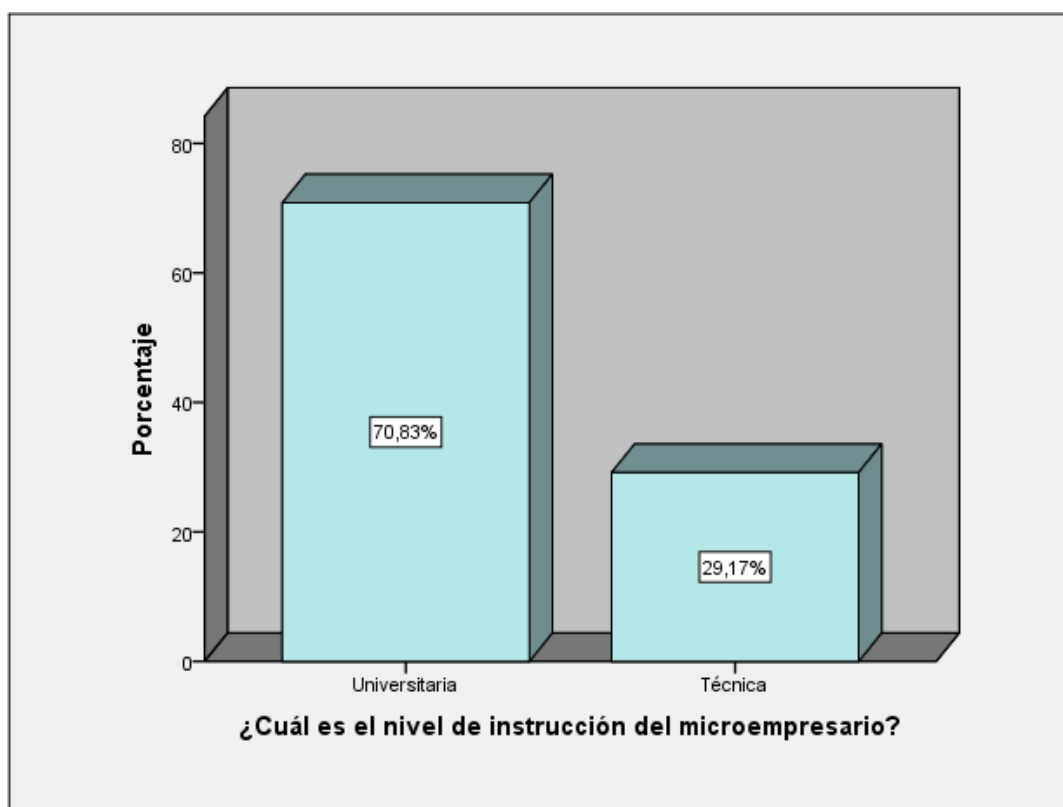
INTERPRETACIÓN: como se indica la tabla 7, las mypes del sector servicios, hoteles, están dirigidos en un 75,0% por gerentes del sexo masculino. El 25,0% que conforma el sexo femenino, representa una importante presencia en el sector.

Tabla 8: ¿Cuál es el nivel de instrucción del microempresario?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Universitaria	17	70,8	70,8	70,8
	Técnica	7	29,2	29,2	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados obtenidos de la investigación

Figura 4: ¿Cuál es el nivel de instrucción del microempresario?



Fuente: Tabla 8

INTERPRETACIÓN: según la información recogida en las encuestas, el 70,0% de los microempresarios tiene estudios “universitarios” y 29,2% instrucción “técnica”, muy relacionadas al campo de hotelería y turismo.

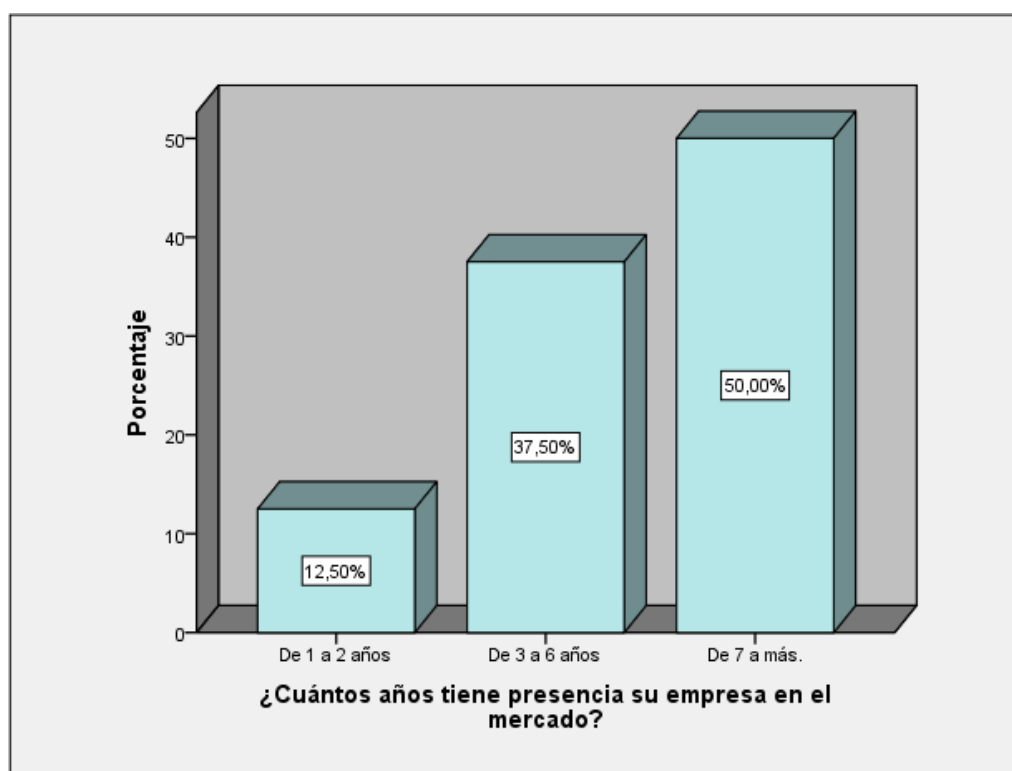
B: De la gestión de calidad

Tabla 9: ¿Cuántos años tiene presencia su empresa en el mercado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 1 a 2 años	3	12,5	12,5	12,5
	De 3 a 6 años	9	37,5	37,5	50,0
	De 7 a más.	12	50,0	50,0	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados obtenidos de la investigación

Figura 5: ¿Cuántos años tiene presencia su empresa en el mercado?



Fuente: Tabla 9

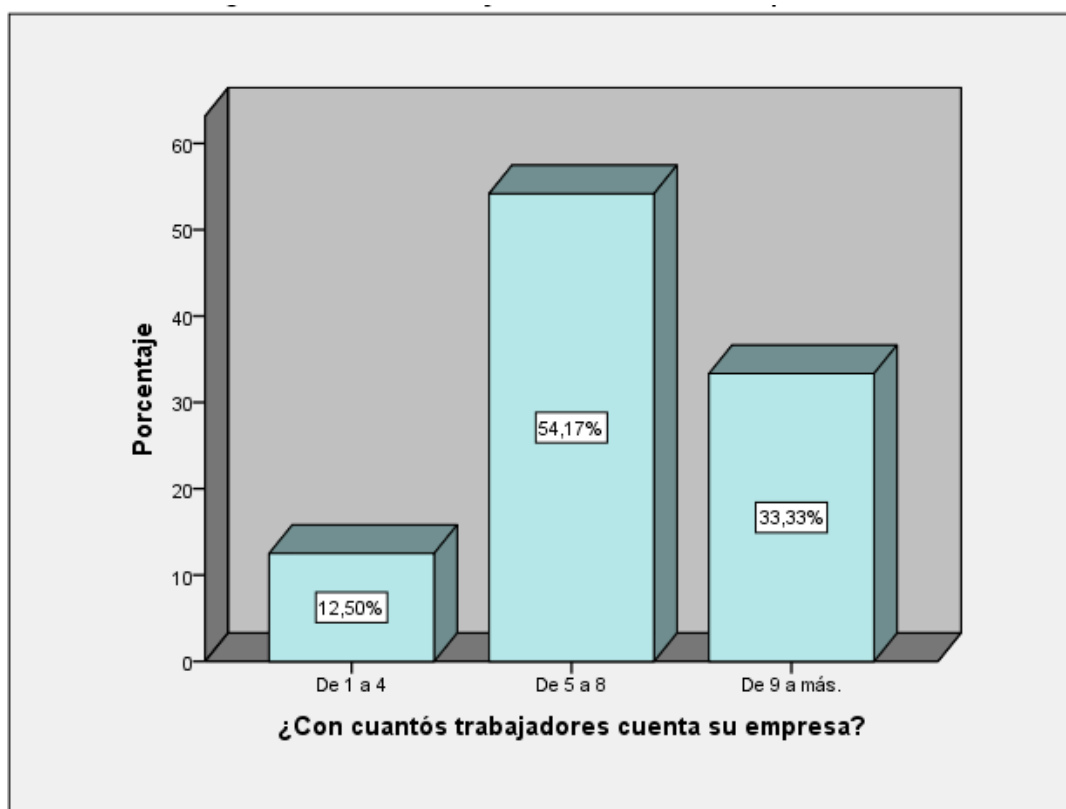
INTERPRETACIÓN: la investigación indica que estos negocios tienen presencia en el mercado en su mayoría más de 7 años. Sin embargo, se destaca la presencia de tres nuevos hoteles en los últimos dos años (12.5%).

Tabla 10: ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 1 a 4	3	12,5	12,5	12,5
	De 5 a 8	13	54,2	54,2	66,7
	De 9 a más.	8	33,3	33,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados obtenidos de la investigación

Figura 6: ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?



Fuente: Tabla 10

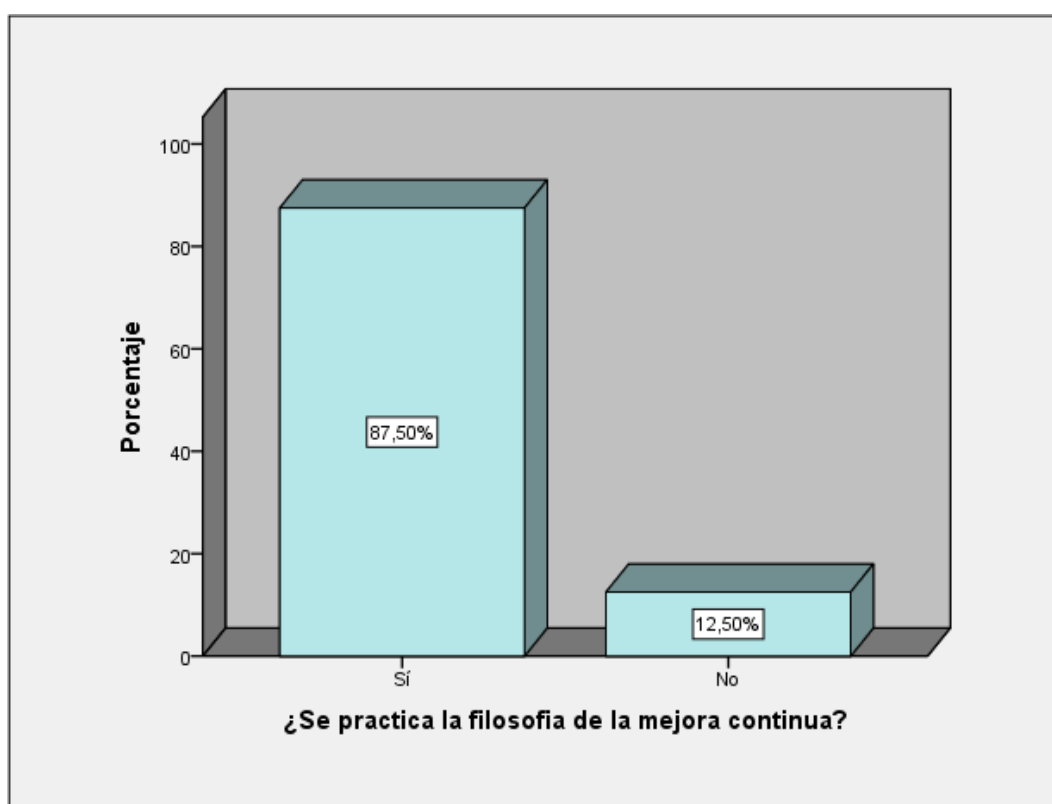
INTERPRETACIÓN: según los datos de la investigación, las mypes emplean en promedio de “5 a 8 colaboradores” (54,2%). De “9 a más colaboradores” el 33,3%.

Tabla 11: ¿Se practica la filosofía de la mejora continua?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	21	87,5	87,5	87,5
	No	3	12,5	12,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados obtenidos de la investigación

Figura 7: ¿Se practica la filosofía de la mejora continua?



Fuente: Tabla 11

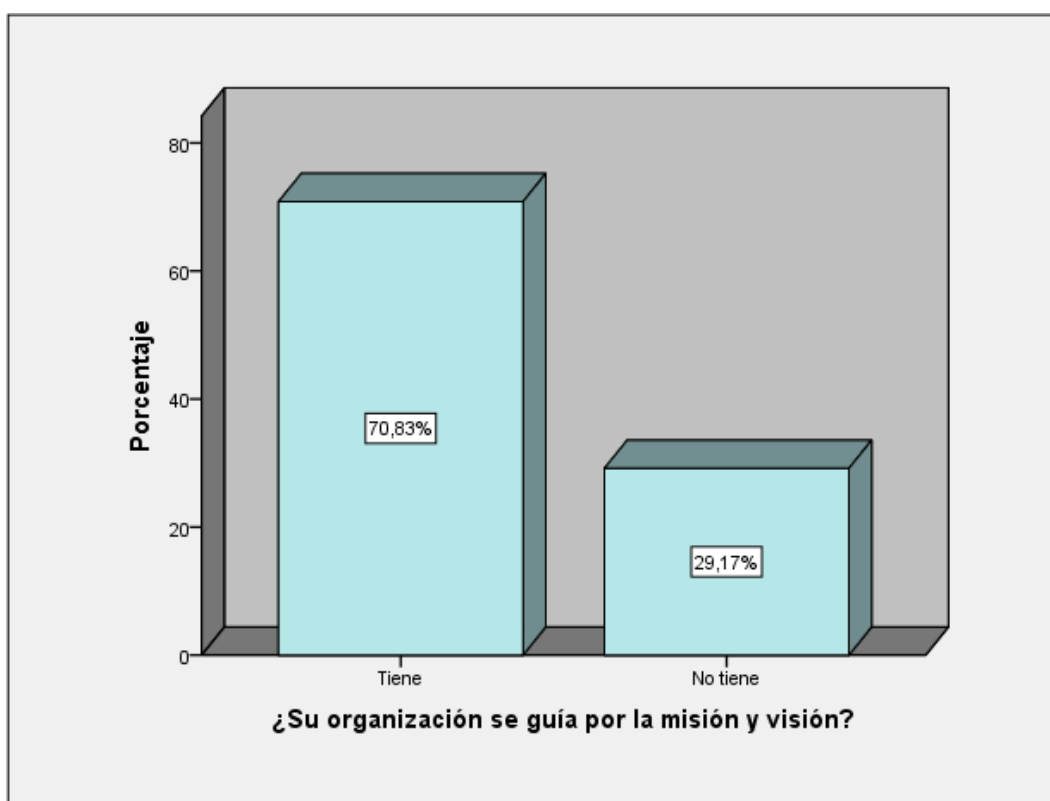
INTERPRETACIÓN: según la investigación a las mypes de hoteles del distrito de Iquitos, en su mayoría (87,5%) la práctica de la filosofía de la mejora continua es un hábito difundido en toda la organización.

Tabla 12: ¿Su organización se guía por la misión y visión?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tiene	17	70,8	70,8	70,8
	No tiene	7	29,2	29,2	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados obtenidos de la investigación

Figura 8: ¿Se guía por la misión y visión?



Fuente: Tabla 12

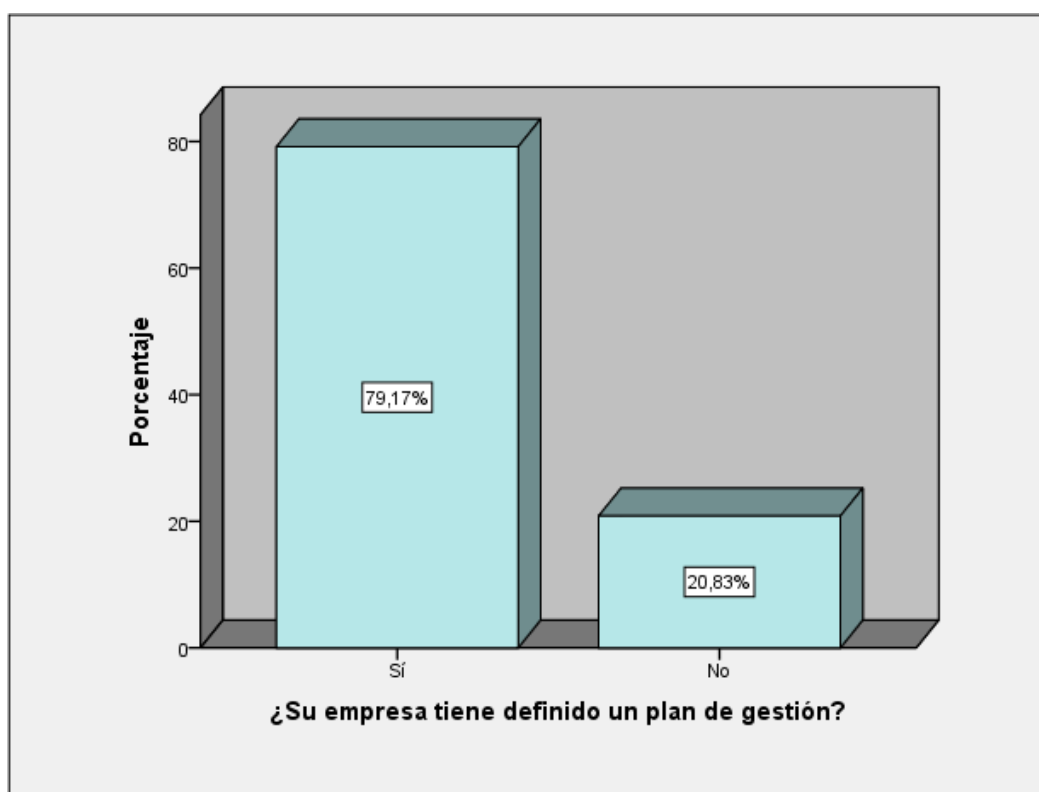
INTERPRETACIÓN: como se indica en la tabla 12, el 70,8% de los hoteles encuestados, muestran su misión y visión que direcciona las operaciones que se realizan en la empresa. Para el 29,2% representa una oportunidad de mejora.

Tabla 13: ¿Su empresa tiene definido un plan de gestión?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	19	79,2	79,2	79,2
	No	5	20,8	20,8	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados obtenidos de la investigación

Figura 9: ¿Su empresa tiene definido un plan de gestión?



Fuente: Tabla 13

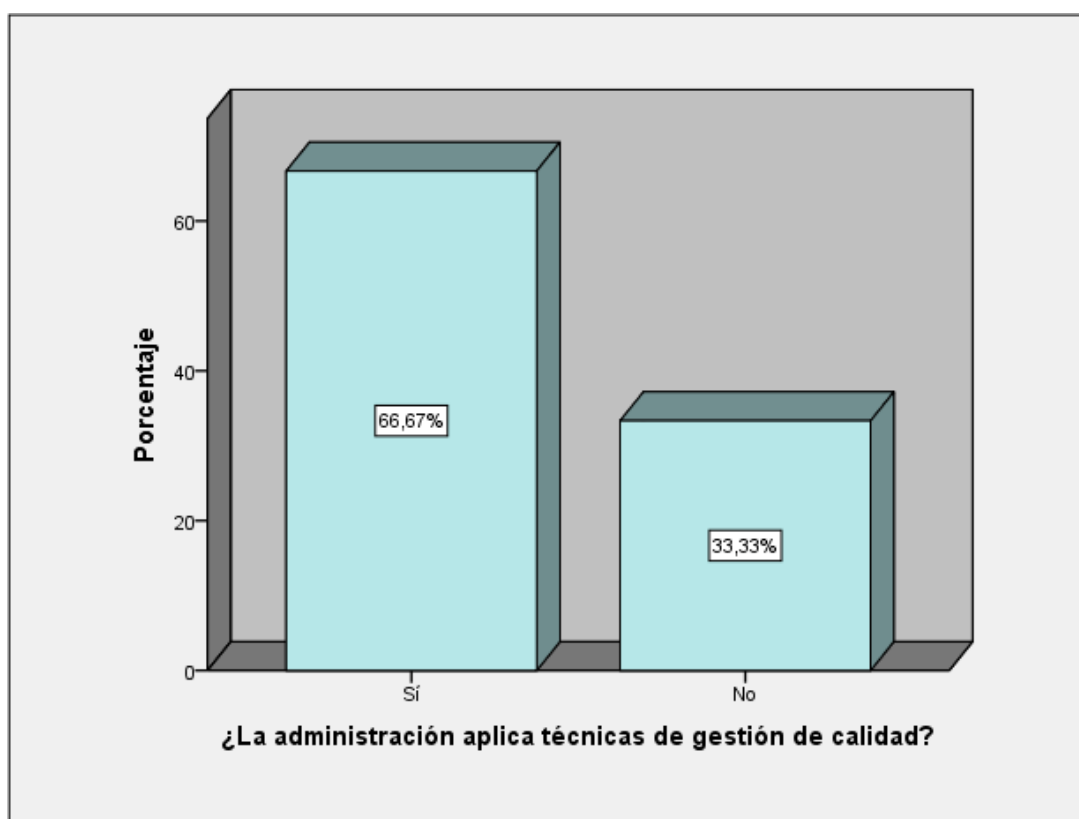
INTERPRETACIÓN: las mypes del sector servicios, hoteles en el distrito de Iquitos, en su mayoría (79,2%) indican que ejecutan un plan de gestión en su administración. Para el 20,8% su plan de gestión está en desuso.

Tabla 14: ¿La administración aplica técnicas de gestión de calidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	16	66,7	66,7	66,7
	No	8	33,3	33,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados obtenidos de la investigación

Figura 10: ¿La administración aplica técnicas de gestión de calidad?



Fuente: Tabla 14

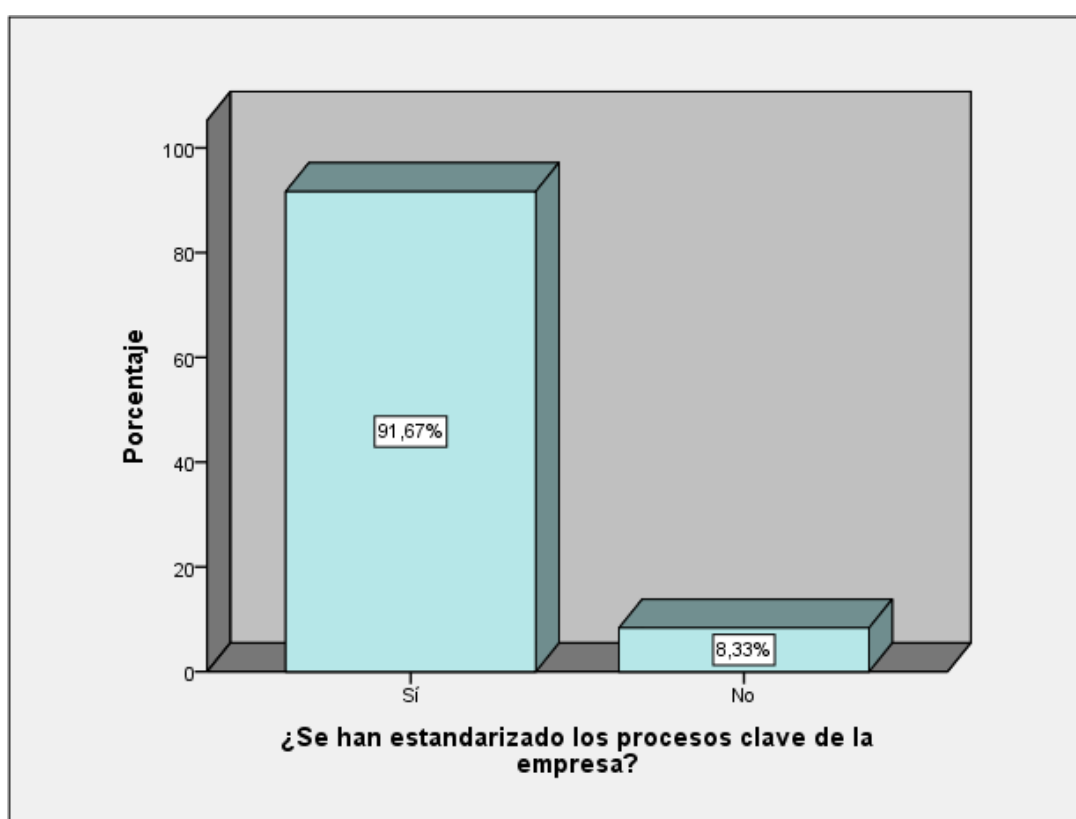
INTERPRETACIÓN: Según la información obtenida en la investigación, los propietarios de los hoteles mencionan que en su administración se aplica técnicas de gestión de calidad, para un desempeño empresarial eficaz (66,7%).

Tabla 15: ¿Se han estandarizado los procesos clave de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	22	91,7	91,7	91,7
	No	2	8,3	8,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados obtenidos de la investigación

Figura 11: ¿Se han estandarizado los procesos clave de la empresa?



Fuente: Tabla 15

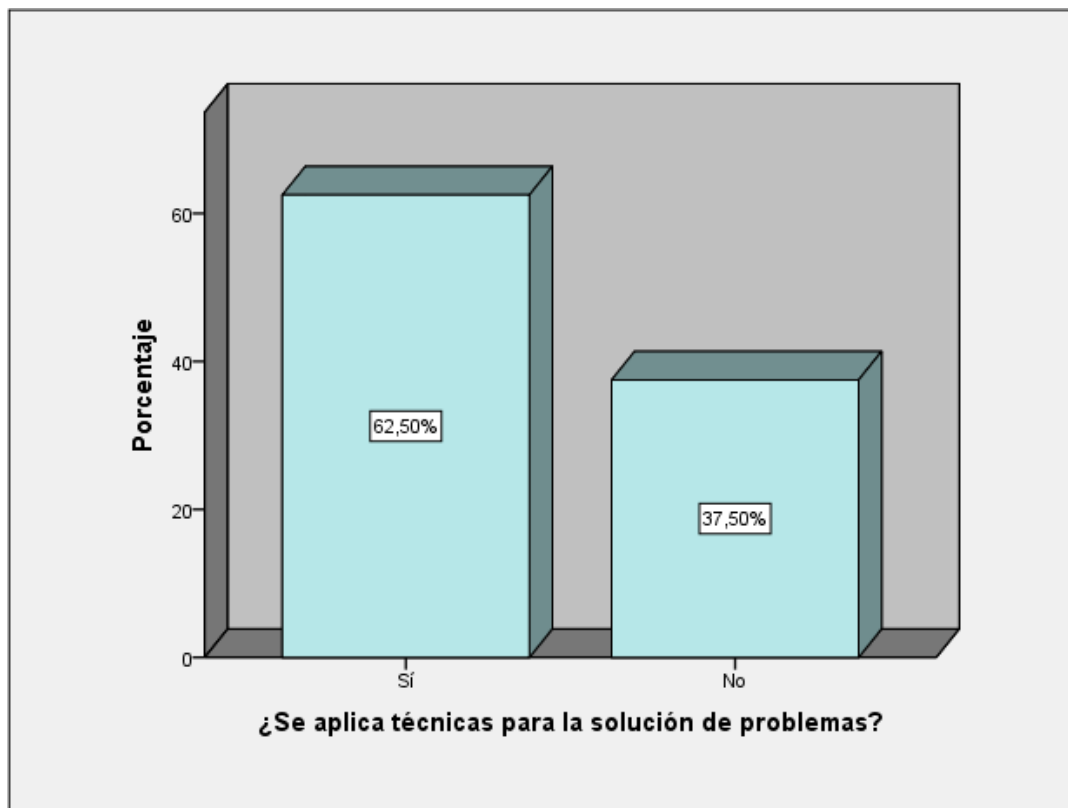
INTERPRETACIÓN: según la investigación, los propietarios de las mypes en estudio (91,7%), han identificado y estandarizado los principales procesos de su empresa hotelera. Esta práctica de calidad les permite alcanzar eficiencias y ahorros.

Tabla 16: ¿Se aplica técnicas para la solución de problemas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	15	62,5	62,5	62,5
	No	9	37,5	37,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados obtenidos de la investigación

Figura 12: ¿Se aplica técnicas para la solución de problemas?



Fuente: Tabla 16

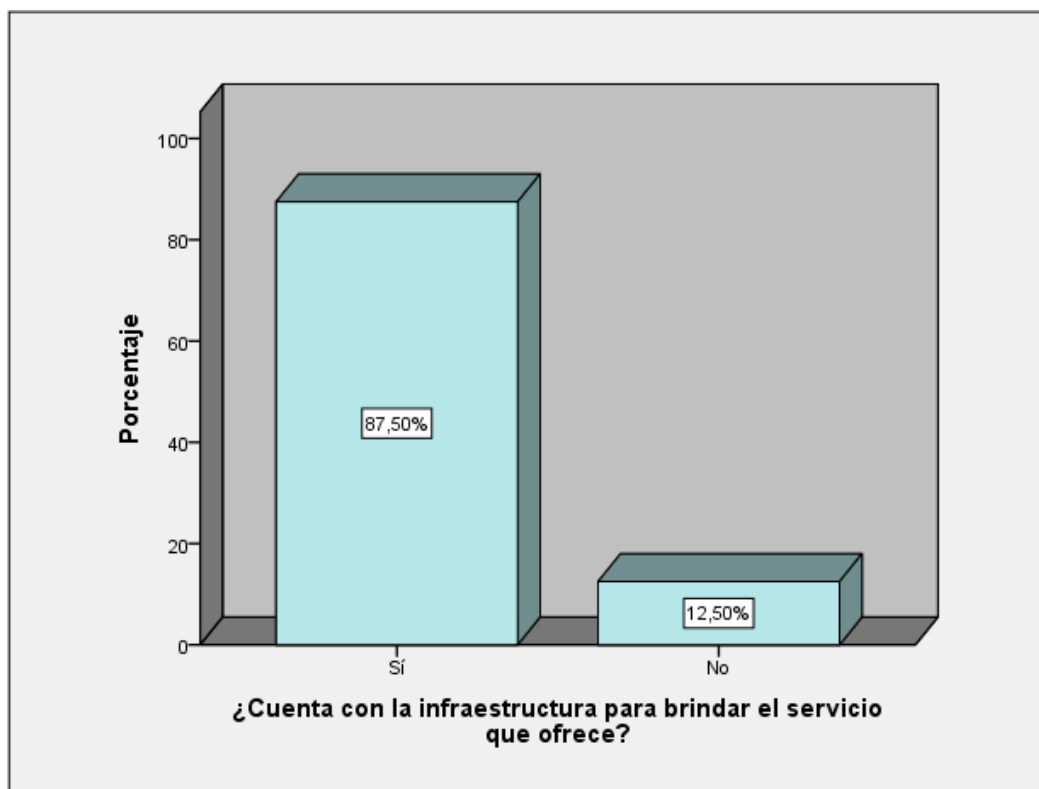
INTERPRETACIÓN: según la información obtenida de las encuestas, un sector de las mypes del sector (62,5%), utilizan técnicas para dar solución a los problemas de gestión. Representa una buena práctica y una oportunidad de mejora para las otras mypes (37.5%).

Tabla 17: ¿Cuenta con la infraestructura para brindar el servicio que ofrece?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	21	87,5	87,5	87,5
	No	3	12,5	12,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados obtenidos de la investigación

Figura 13: ¿Cuenta con la infraestructura para brindar el servicio que ofrece?



Fuente: Tabla 17

INTERPRETACIÓN: como se muestra la tabla 17, los propietarios de las mypes del sector servicios, hoteles, en su mayoría (87,5%) cuentan con una buena infraestructura, que representa un factor de diferenciación al brindar confortabilidad y accesibilidad a sus clientes. Para el 12.5% de la muestra, indican que se encuentran en renovación y acondicionamiento para brindar un óptimo servicio.

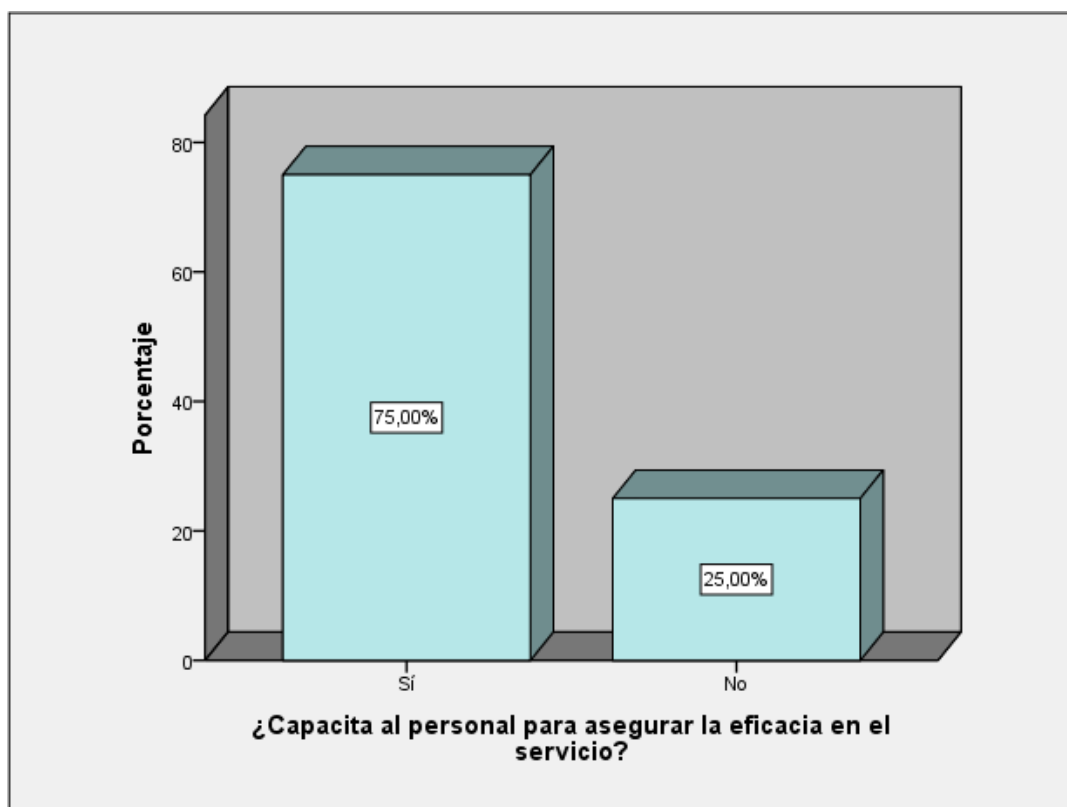
C: Atención al cliente

Tabla 18: ¿Capacita al personal para asegurar la eficacia en el servicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	18	75,0	75,0	75,0
	No	6	25,0	25,0	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados obtenidos de la investigación

Figura 14: ¿Capacita al personal para asegurar la eficacia en el mercado?



Fuente: Tabla 18

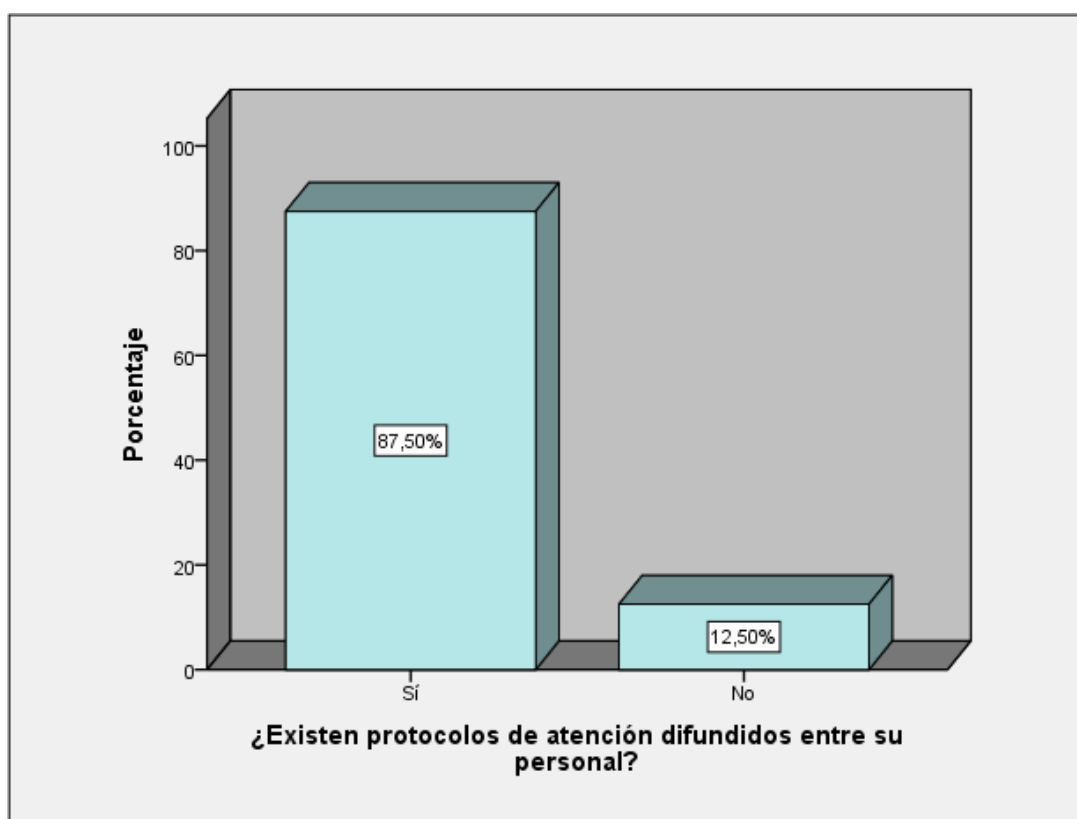
INTERPRETACIÓN: Según la información obtenida de las encuestas, en su mayoría (75,0%) se realizan capacitaciones para mantener preparados a sus trabajadores en temas de gestión, seguridad y atención al cliente. Para el 25,0% de la muestra, representa una oportunidad de mejora que requiere prioridad.

Tabla 19: ¿Existen protocolos de atención difundidos entre su personal?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	21	87,5	87,5	87,5
	No	3	12,5	12,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados obtenidos de la investigación

Figura 15: ¿Existen protocolos de atención difundidos entre su personal?



Fuente: Tabla 19

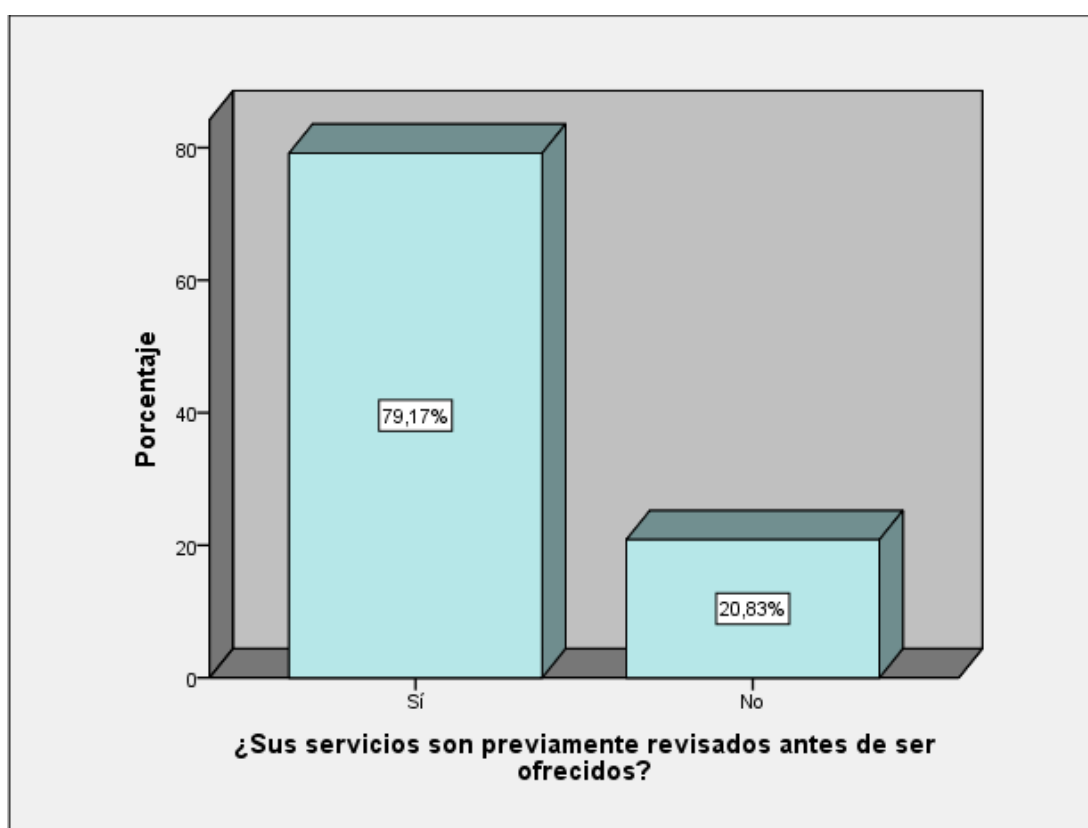
INTERPRETACIÓN: según las mypes encuestadas, las mypes de hoteles en su mayoría (87,5%) mantienen difundido en su personal, protocolos de atención al cliente, práctica de calidad que constituye una fortaleza.

Tabla 20: ¿Sus servicios son previamente revisados antes de ser ofrecidos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	19	79,2	79,2	79,2
	No	5	20,8	20,8	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados obtenidos de la investigación

Figura 16: ¿Sus servicios son previamente revisados antes de ser ofrecidos?



Fuente: Tabla 20

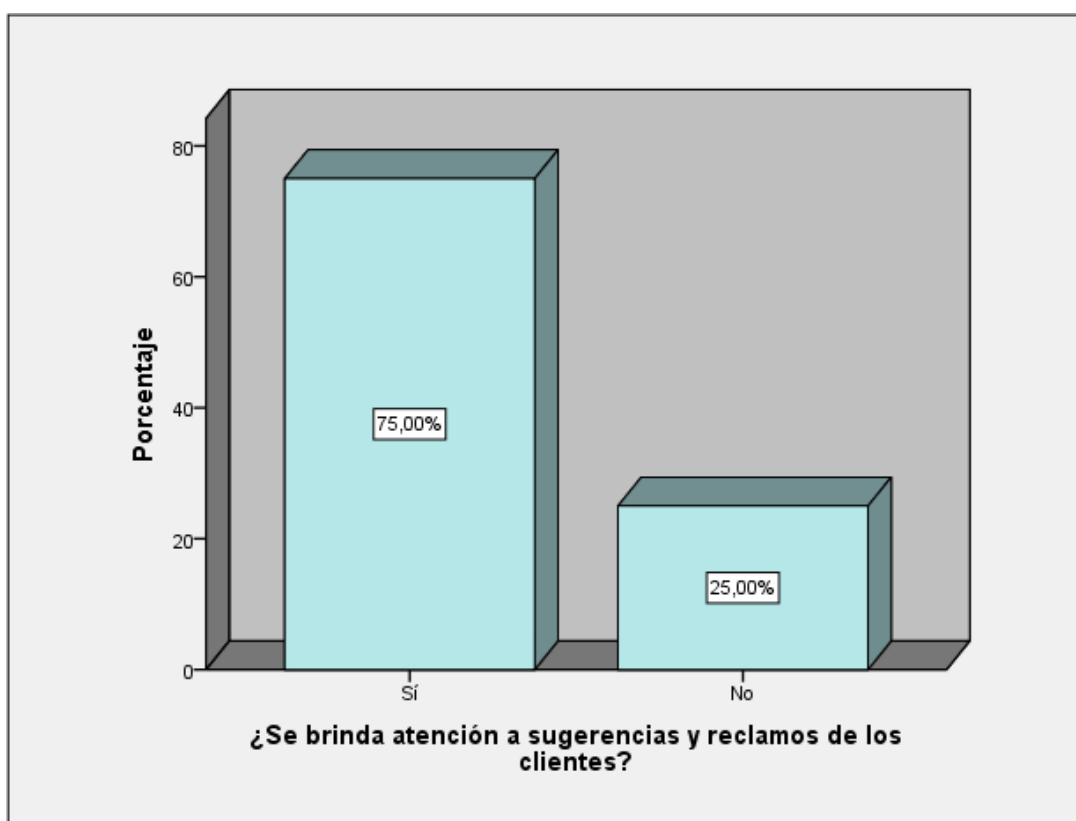
INTERPRETACIÓN: De acuerdo con la información obtenida en las encuestas a las mypes del sector en estudio, el 79,2% tiene como práctica de calidad la supervisión de sus servicios como garantía de calidad. De esta manera aseguran un servicio de calidad a sus clientes. Para el 20,8% de la muestra, representa en una oportunidad de mejora.

Tabla 21: ¿Se brinda atención a sugerencias y reclamos de los clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	18	75,0	75,0	75,0
	No	6	25,0	25,0	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados obtenidos de la investigación

Figura 17: ¿Se brinda atención a sugerencias y reclamos de los clientes?



Fuente: Tabla 21

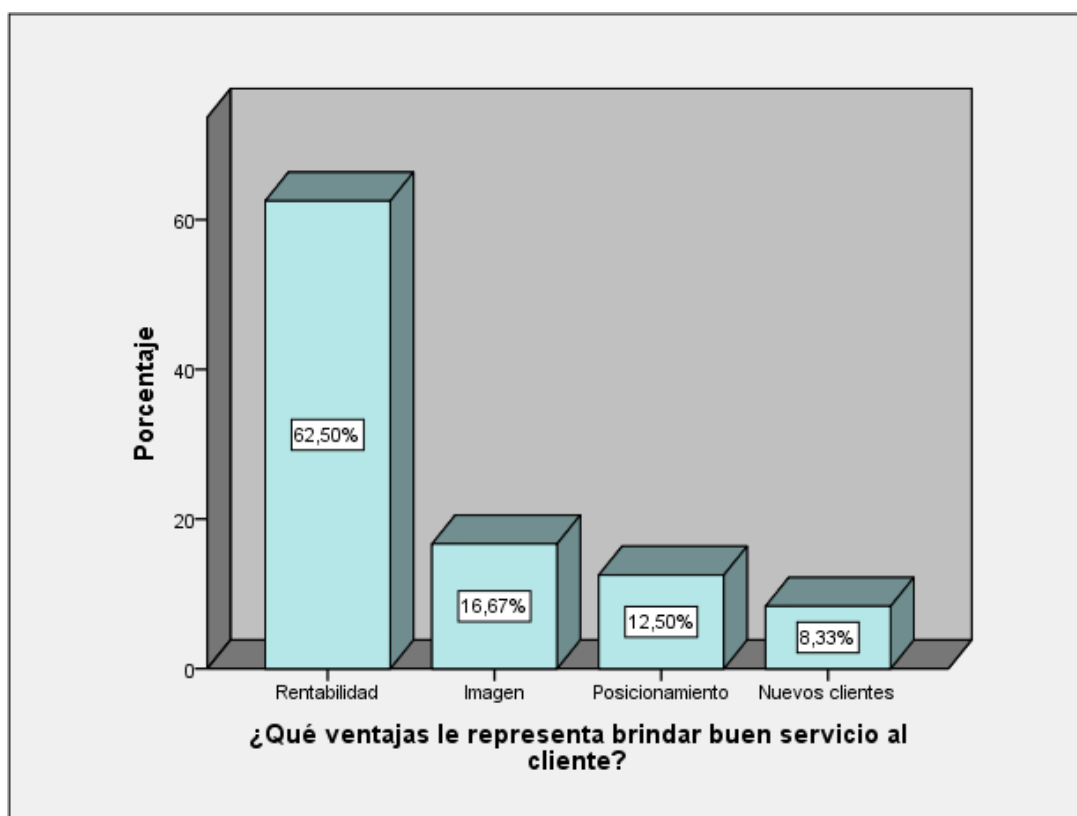
INTERPRETACIÓN: según la investigación y como parte de la capacitación y protocolos de atención al cliente, para el 75,0% de las mypes se tiene difundido un protocolo que garantiza una buena actitud del personal para atender sugerencias y reclamos de los clientes. Para el 25,0% de las mypes representa una oportunidad de mejora.

Tabla 22: ¿Qué ventajas la representa brindar buen servicio al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Rentabilidad	15	62,5	62,5	62,5
	Imagen	4	16,7	16,7	79,2
	Posicionamiento	3	12,5	12,5	91,7
	Nuevos clientes	2	8,3	8,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados obtenidos de la investigación

Figura 18: ¿Qué ventajas le representa brindar buen servicio al cliente?



Fuente: Tabla 22

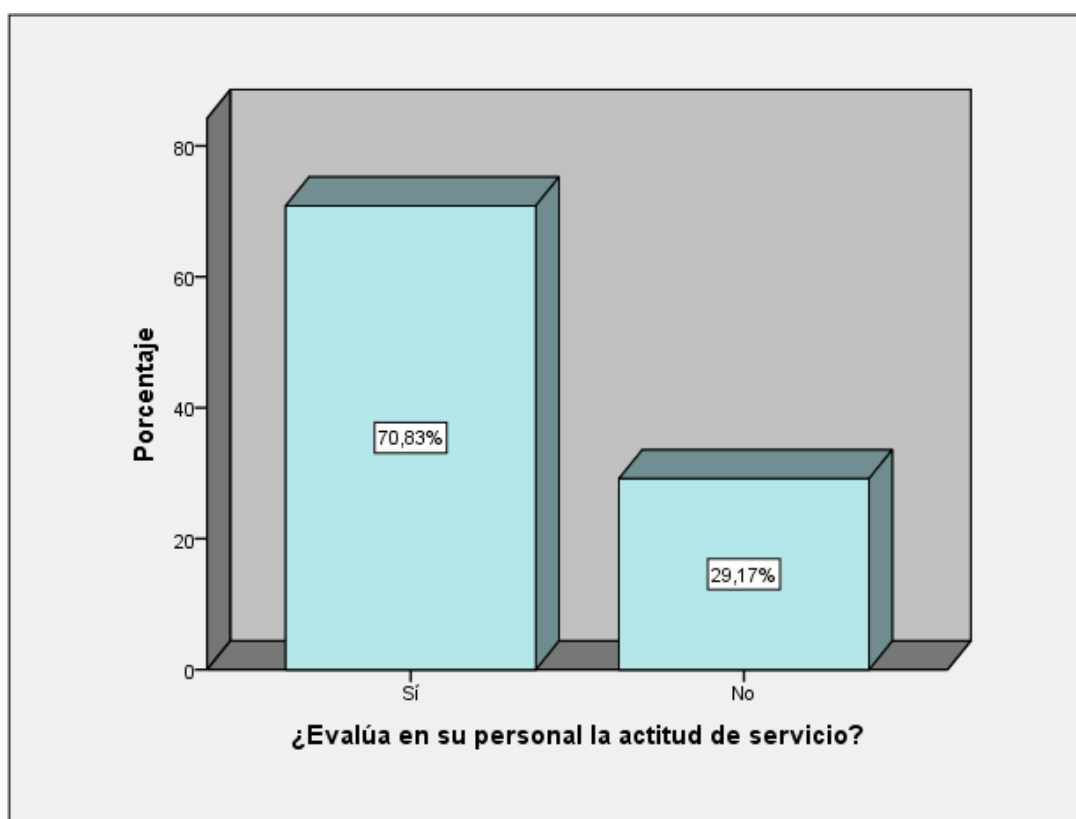
INTERPRETACIÓN: según la información obtenida, las mypes del sector servicios, hoteles encuentran que la primera ventaja al brindar un buen servicio a sus clientes es la “rentabilidad” (62,5%); “imagen” (16,7%); “posicionamiento” (12,5%) y “nuevos clientes” (8,3%).

Tabla 23: ¿Evalúa en su personal la actitud de servicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	17	70,8	70,8	70,8
	No	7	29,2	29,2	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados obtenidos de la investigación

Figura 19: ¿Evalúa en su personal la actitud del servicio?



Fuente: Tabla 23

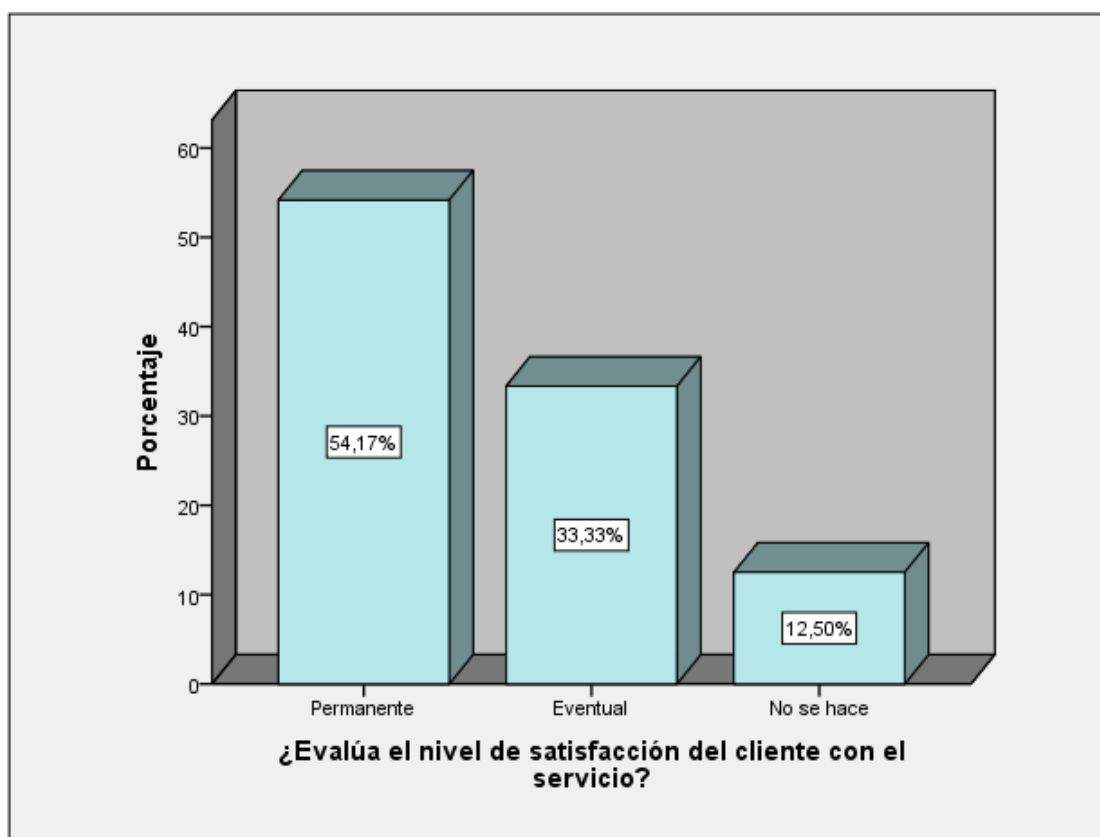
INTERPRETACIÓN: como se indica en la tabla 23, en las mypes de hoteles existe la práctica de calidad de realizar la evaluación al personal respecto a la actitud de servicio (70,8%). Sin embargo, para el 29,2% representa una importante oportunidad de mejora porque esta práctica garantiza un nivel de servicio de calidad.

Tabla 24: ¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente con el servicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Permanente	13	54,2	54,2	54,2
	Eventual	8	33,3	33,3	87,5
	No se hace	3	12,5	12,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados obtenidos de la investigación

Figura 20: ¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente con el servicio?



Fuente: Tabla 24

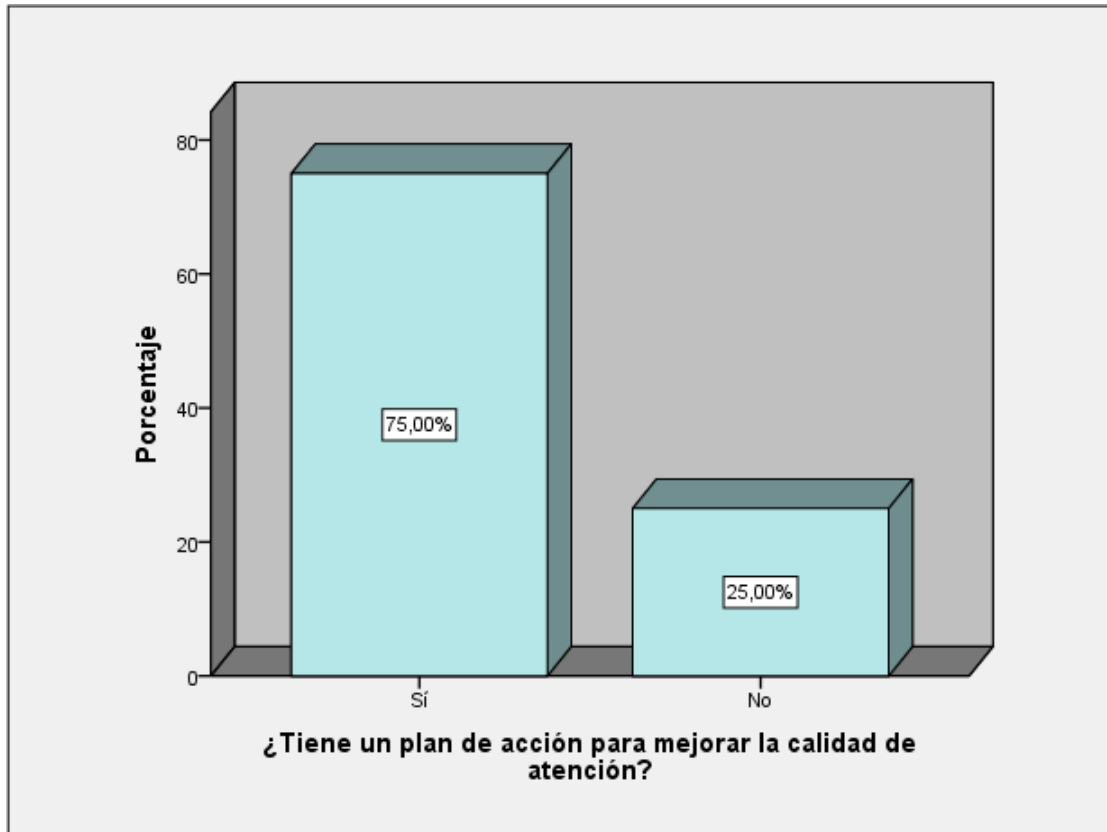
INTERPRETACIÓN: De acuerdo a la información de las encuestas, en las mypes del sector servicios, hoteles, existe una importante práctica para garantizar la satisfacción del cliente mediante encuestas de satisfacción: 54,2% la realiza “permanentemente”; 33,3% de manera “eventual” y un 12,5% no lo hace.

Tabla 25: ¿Tiene un plan de acción para mejorar la calidad de atención?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	18	75,0	75,0	75,0
	No	6	25,0	25,0	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados obtenidos de la investigación

Figura 21: ¿Tiene un plan de acción para mejorar la calidad de atención?



Fuente: Tabla 25

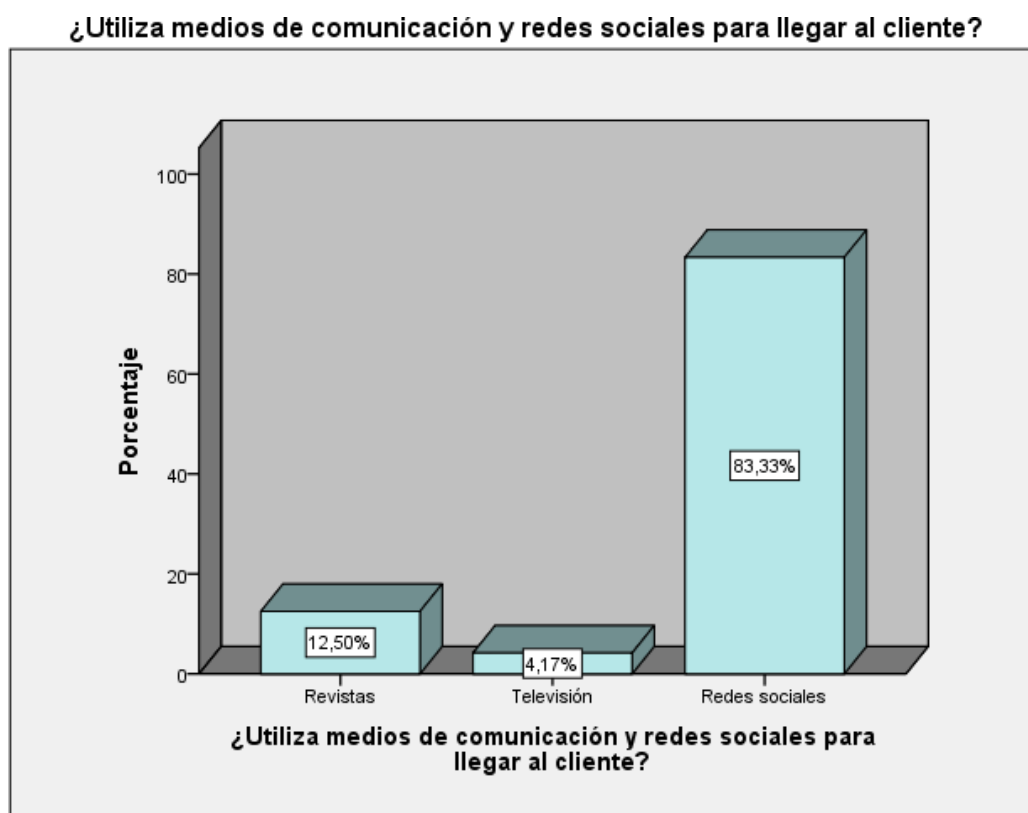
INTERPRETACIÓN: según la investigación, la mayoría de las mypes de los hoteles (75,0%) tienen cerca un plan de acción para mejorar la calidad de atención, producto de la medición de satisfacción al cliente realizadas de manera habitual. Para un 25,0% de las mypes carecen de un plan de acción, situación que impide realizar mejoras de manera oportuna.

Tabla 26: ¿Utiliza medios de comunicación y redes sociales para llegar al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Revistas	3	12,5	12,5	12,5
	Televisión	1	4,2	4,2	16,7
	Redes sociales	20	83,3	83,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Resultados obtenidos de la investigación

Figura 22: ¿Utiliza medios de comunicación y redes sociales para llegar al cliente?



Fuente: Tabla 26

INTERPRETACIÓN: Según las encuestas, las mypes del sector servicios, hoteles, utiliza como principal medio de comunicación las “redes sociales” para crear un vínculo con sus clientes. Esta práctica también constituye en estrategia de calidad para satisfacer al cliente.

5.2 Análisis de resultados

Objetivo general

Investigar si las mypes del sector servicios, hoteles, del distrito de Iquitos, año 2018, se gestionan con calidad y tienen difundido un plan de atención al cliente como estrategia de servicio.

En el análisis de los resultados se identifica que las mypes de hoteles se gestionan con un enfoque de calidad de gestión y servicio al cliente, que les permiten alcanzar importantes avances en su administración alineados a la satisfacción de sus clientes y que representan importantes resultados a nivel empresarial como la rentabilidad e imagen.

Sin embargo, existe un sector de mypes que debe reforzar algunos aspectos en su gestión como la capacitación. Al respecto, la investigación de **Muñoz, G. (2017)** nos da alcances de las repercusiones en una gestión cuando no se da la capacitación, en su tesis “Análisis de la calidad del servicio del hotel Perla Verde de la ciudad de Esmeraldas”, para optar el título profesional de Magister en Administración de Empresas, Universidad Católica de Ecuador; donde concluye que la falta de capacitación al personal del hotel, la inexistencia de manuales de procedimientos y la prestación de servicios carecen de valor agregado, desembocan en una situación que genera una gran deficiencia en el servicio brindado.

Primer objetivo específico:

Investigar si las mypes del sector servicios, hoteles, del distrito de Iquitos, año 2018, se gestionan con uso de herramientas de administración y calidad.

Este objetivo se cumple con la evidencia obtenida en las siguientes preguntas:

¿Su empresa tiene definido un plan de gestión?, las mypes del sector servicios, hoteles en el distrito de Iquitos, en su mayoría (79,2%) indican que ejecutan un plan de gestión en su administración. Para el 20,8% su plan de gestión está en desuso.

¿La administración aplica técnicas de gestión de calidad?, Según la información obtenida en la investigación, los propietarios de los hoteles mencionan que en su administración se aplica técnicas de gestión de calidad, para un desempeño empresarial eficaz (66,7%).

¿Se han estandarizado los procesos clave de la empresa? según la investigación, los propietarios de las mypes en estudio (91,7%), han identificado y estandarizado los principales procesos de su empresa hotelera. Esta práctica de calidad les permite alcanzar eficiencias y ahorros.

¿Se aplica técnicas para la solución de problemas?, según la información obtenida de las encuestas, un sector de las mypes del sector (62,5%), utilizan técnicas para dar solución a los problemas de gestión. Representa una buena práctica y una oportunidad de mejora para las otras mypes (37.5%).

¿Se practica la filosofía de la mejora continua?, según la investigación a las mypes de hoteles del distrito de Iquitos, en su mayoría (87,5%) la práctica de la filosofía de la mejora continua es un hábito difundido en toda la organización.

¿Su organización se guía por la misión y visión?, como se indica en la tabla 12, el 70,8% de los hoteles encuestados, muestran su misión y visión que direcciona las operaciones que se realizan en la empresa. Para el 29,2% representa una oportunidad de mejora.

Segundo objetivo específico:

Investigar si las mypes del sector servicios, hoteles, del distrito de Iquitos, año

2018, tienen como estrategia de servicio un plan de atención al cliente.

¿Existen protocolos de atención difundidos entre su personal?, según las mypes encuestadas, las mypes de hoteles en su mayoría (87,5%) mantienen difundido en su personal, protocolos de atención al cliente, práctica de calidad que constituye una fortaleza.

¿Capacita al personal para asegurar la eficacia en el servicio?, Según la información obtenida de las encuestas, en su mayoría (75,0%) se realizan capacitaciones para mantener preparados a sus trabajadores en temas de gestión, seguridad y atención al cliente. Para el 25,0% de la muestra, representa una oportunidad de mejora que requiere prioridad.

Hipótesis general

Las mypes del sector servicios, hoteles, del distrito de Iquitos, año 2018, se gestionan con calidad y tienen difundido un plan de atención al cliente como estrategia de servicio que les permite cumplir con su promesa de servicio.

La hipótesis es válida y se refuerza en las siguientes respuestas:

¿Sus servicios son previamente revisados antes de ser ofrecidos? De acuerdo con la información obtenida en las encuestas a las mypes del sector en estudio, el 79,2% tiene como práctica de calidad la supervisión de sus servicios como garantía de calidad. De esta manera aseguran un servicio de calidad a sus clientes. Para el 20,8% de la muestra, representa en una oportunidad de mejora.

¿Se brinda atención a sugerencias y reclamos de los clientes? según la investigación y como parte de la capacitación y protocolos de atención al cliente, para el 75,0% de las mypes se tiene difundido un protocolo que garantiza una buena actitud

del personal para atender sugerencias y reclamos de los clientes. Para el 25,0% de las mypes representa una oportunidad de mejora.

¿Qué ventajas la representa brindar buen servicio al cliente? *según la información obtenida, las mypes del sector servicios, hoteles encuentran que la primera ventaja al brindar un buen servicio a sus clientes es la “rentabilidad” (62,5%); “imagen” (16,7%); “posicionamiento” (12,5%) y “nuevos clientes” (8,3%).*

Respecto a la correlación con la rentabilidad, esta es confirmada en la investigación que realizó **Cañi, E. (2016)**. Tesis para optar el título profesional de Ingeniería Comercial, “La gestión de servicio al cliente y el nivel de rentabilidad del sector hotelero del distrito de Tacna año 2015. Como conclusiones, se determinó que si existe correlación entre el servicio al cliente y la rentabilidad, al mismo tiempo mediante la prueba de Spearman se sabe que la correlación es significativa y positiva.

¿Cuenta con la infraestructura para brindar el servicio que ofrece?, *como se muestra la tabla 17, los propietarios de las mypes del sector servicios, hoteles, en su mayoría (87,5%) cuentan con una buena infraestructura, que representa un factor de diferenciación al brindar confortabilidad y accesibilidad a sus clientes. Para el 12.5% de la muestra, indican que se encuentran en renovación y acondicionamiento para brindar un óptimo servicio.*

Cruz, N. (2014), en su tesis “Estrategias de diferenciación para mejorar los resultados económicos de los hoteles en el distrito de Huancayo”, para optar el grado académico de Magister en Administración, Universidad Nacional del Centro del Perú, Escuela de Posgrado; cuyo objetivo fue determinar el impacto de la estrategia de diferenciación en la mejora de los resultados económicos de los hoteles, evaluar la

influencia de la organización para incrementar el servicio de atención al cliente y describir el conocimiento técnico y profesional. Concluye, que la estrategia de diferenciación establece un impacto positivo y significativo en las mejoras económicas de los hoteles del distrito de Huancayo, se evalúa que la organización hotelera influya directamente en las estrategias para mejorar el servicio de atención al cliente. Esto conlleva a que una organización hotelera ayudara a incrementar el número de clientes del sector hotelero del distrito de Huancayo.

Respecto a atención al cliente, en las preguntas..

¿Evalúa en su personal la actitud de servicio? *como se indica en la tabla 23, en las mypes de hoteles existe la práctica de calidad de realizar la evalúan al personal respecto a la actitud de servicio (70,8%). Sin embargo, para el 29,2% representa una importante oportunidad de mejora porque esta práctica garantiza un nivel servicio de calidad.*

¿Tiene un plan de acción para mejorar la calidad de atención?, *según la investigación, la mayoría de las mypes de los hoteles (75,0%) tienen cerca un plan de acción para mejorar la calidad de atención, producto de la medición de satisfacción al cliente realizadas de manera habitual. Para un 25,0% de las mypes carecen de un plan de acción, situación que impide realizar mejoras de manera oportuna.*

¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente con el servicio?, *De acuerdo a la información de las encuestas, en las mypes del sector servicios, hoteles, existe una importante práctica para garantizar la satisfacción del cliente mediante encuestas de satisfacción: 54,2% la realiza “permanentemente”; 33,3% de manera “eventual” y un 12,5% no lo hace.*

Estos resultados son positivos, teniendo en cuenta la investigación de **Calderón N. (2002)**, que nos dice “que el servicio de atención al cliente es el conjunto de actividades que se interrelacionan, con el fin de que el cliente termine satisfecho con el servicio o producto que se le brinda. Un buen servicio al cliente puede llegar al éxito de la empresa para las ventas más poderosos y así generar clientes fieles a la organización, atraer un nuevo cliente es un gran reto para las empresas por lo que las compañías han optado por poner mecanismos adecuados y establecidos sobre mejores tratos y servicio al usuario.”

Es el primer principio en el que se basa el Sistema de Gestión de Calidad: “El enfoque principal de la gestión de calidad es satisfacer la necesidad de los clientes y esforzarse en exceder sus expectativas”.

5.3 Propuesta de mejora

La flor del servicio

Cuando nos dedicamos a vender un producto u ofertar un servicio, se debe tener en cuenta este elemento, considerando que es muy importante diferenciarnos de la competencia. “La Flor de Servicio es definida como una técnica que permite que el producto básico (tangibles o intangibles) se diferencie de la competencia.

Los ocho pétalos de la flor son los servicios complementarios del producto básico que tienen dos papeles que son los 24 *servicios de facilitación* (Información, toma de pedidos, facturación y pago) que facilita el uso y el intercambio entre cliente - empresa, y los servicios *de mejora* (consulta, hospitalidad, cuidado y excepciones) que añade valor al producto básico para los clientes. (Lovelock, C. et al., 2011)

Los ocho pétalos de la flor son:

- 1. Información:** Es sumamente importante brindar al cliente de forma veraz los productos; para ello, la empresa debe informar sobre la disponibilidad del producto, el precio, la ubicación, el horario de atención a través de los folletos, avisos impresos, y páginas web de la empresa. La información que se entrega al cliente debe ser clara y precisa (**Zárraga, C. L., Solís, G. G. A. & Holland, J., 2013**)
- 2. Consultas:** Consiste en atender todas las expectativas y demandas de los clientes en relación a sus preguntas y respuestas, la misma que debe realizarse de manera atenta. Es la comunicación directa entre el empleado y el cliente. El empleado debe de preguntar sobre las necesidades de los clientes, para de acuerdo a ello se pueda dar soluciones y la empresa debe capacitar a los empleados para ser capaces de responder a las preguntas de los clientes, y así también recomendar. (Zárraga, C. L., Solís, G. G. A. & Holland, J., 2013).
- 3. Toma de pedidos:** La empresa debe de recepcionar los pedidos y hacer las reservas de manera amable, rápida y eficaz, de tal forma que el esfuerzo puesto en ello sea mínimo tanto para el cliente como para la empresa. Para ello la toma de pedidos debe ser lo más ágil posible para optimizar el proceso. (Zárraga, C. L., Solís, G. G. A. & Holland, J., 2013).
- 4. Hospitalidad:** Los empleados deben de transmitir el placer de dar la bienvenida y brindar un servicio de calidad a los consumidores, ya que podría influir en la satisfacción al cliente (Zárraga, C. L., Solís, G. G. A. & Holland, J., 2013).

5. **Cuidado:** Los empleados se encargan de cuidar las pertenencias personales de los clientes, como las maletas, estacionamiento de vehículos, cuidado de niños y mascotas, etc. (Zárraga, C. L., Solís, G. G. A. & Holland, J., 2013).
6. **Excepciones:** Existen servicios complementarios que no son usuales en la prestación del servicio, para ello la empresa debe de tener planes de contingencia para que el personal pueda aplicarlo con rapidez y eficiencia, cuando se encuentre en una situación en que un cliente solicite una atención especial (Lovelock, C. et al., 2011). Según Lovelock et al. (2011) existen cuatro tipos de excepciones como:
- a) **Los pedidos especiales,** que el consumidor solicita anticipadamente como las restricciones en los alimentos, discapacidades personales, cuidado de niños y atención médica, normalmente se da en las industrias de viajes y hotelería.
 - b) **La solución de problema:** A veces la prestación del servicio tiene dificultades, ya sea porque hay demoras, accidentes o fallas en el equipo que el personal no puede manejarlo.
 - c) **El manejo de los reclamos, sugerencias y elogios:** Cuando el cliente transmite su insatisfacción a través de reclamos, sugerencias o elogios, los proveedores del servicio deben de estar capacitados para dar una respuesta rápida y adecuada.
 - d) **La restitución:** Cuando el cliente espera recibir una compensación por el pésimo desempeño de la empresa. Esta compensación puede ser un

reembolso, una reparación en garantía, acuerdos legales u otras formas que incluyan algún pago en especie.

7. **Facturación:** Debe ser correcta, legible y transparente, y entregar al cliente en el momento correcto (Zárraga, C. L., Solís, G. G. A. & Holland, J., 2013).
8. **Pago:** Es el intercambio de dinero por el servicio prestado. El pago debe ser fácil y cómodo para el cliente. Dicho pago se puede hacer de diferentes maneras, en efectivo, cheque o mediante tarjetas de crédito o débito (Zárraga, C. L., Solís, G. G. A. & Holland, J., 2013).

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones de la investigación

La investigación finaliza con la conclusión de que las mypes del sector servicios, hoteles del distrito de Iquitos, tienen una administración enfocada en la calidad y servicio al cliente.

Los hoteles ejecutan buenas prácticas de gestión al haber identificado y estandarizado sus procesos, solucionar problemas de gestión mediante el uso de técnicas o planes de mejora y lo más importante seguir un plan de gestión que los acompaña en la administración, guiada por la misión y visión estratégicamente diseñadas.

En sus propietarios y/o gerentes, existe el compromiso y el interés de satisfacer a sus clientes, como evidencia se han difundido procedimientos, protocolos o planes de acción en su organización, que les permite accionar de manera eficaz ante eventualidades que se presenten, además de contar con una buena infraestructura que constituye en un factor diferencial; en consecuencia, se garantiza el cumplimiento de la promesa de servicio que esperan sus clientes, el mismo que se traduce en rentabilidad.

La capacitación constituye otra buena práctica de gestión que junto con la evaluación del personal garantizan el buen servicio.

Realizan *mediciones de satisfacción del cliente*, que es una fortaleza y permite aplicar de manera oportuna planes de mejora y garantizar la satisfacción del cliente.

6.2 Recomendaciones

Existe un sector de mypes (30,0%) que tiene importantes oportunidades para seguir a las mypes que practican una gestión de calidad enfocada en el cliente:

- Adoptar como política de gestión la calidad. Definir su misión y visión.
- Seguir una administración enfocada en la calidad administrativa, acompañarse de un plan de gestión, para planificar, organizar y controlar las operaciones e involucramiento de toda la organización.
- La gerencia debe promover la actitud de servicio en su organización. Esencial como estrategia de servicios. Ejecutar un plan de capacitación.
- Realizar mediciones de satisfacción del cliente, como fuente de información permanente para planificar acciones de mejora.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arana Gonzales, C. (2011). *Aplicación del Empowerment en la gestión gerencial de los hoteles y hostales de tres estrellas de la ciudad de Iquitos*. (Tesis de Licenciada, Universidad Nacional de la Amazonia Peruana). Recuperado de http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/3907/Carol_Arana_Titulo_2011.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cañi Velásquez, E. (2016). *La gestión de servicio al cliente y el nivel de rentabilidad del sector hotelero del distrito de Tacna año 2015*. (Tesis de Ingeniería, Universidad Privada de Tacna). Recuperado de <http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/243/1/Ca%C3%B1i-Velasquez-Emelyn-Marilia.pdf>
- Calderón N. (2002). Importancia de la calidad de servicio al cliente. Editorial Arzon.
- Castañeda, D. I. (2002). Niveles y variables del capital humano asociados a la gestión del conocimiento. Recuperado de www.gestiondelconocimiento.com
- Cruz Guimarães, N. (2014). *Estrategias de diferenciación para mejorar los resultados económicos de los hoteles en el distrito de Huancayo*. (Tesis de Magister, Universidad Nacional del Centro del Perú). Recuperado de <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/2991/Cruz%20Guimaraes.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Guillen Piminchumo, K. (2014). *Las agencias de viajes y turismo mayorista y su contribución en la competitividad de las agencias de viajes y turismo minorista del Centro Histórico de Trujillo- La Libertad, 2014*. (Tesis inédita de Licenciada). FAC.

Horowitz Jacques, La Calidad del servicio, Edición especial Cinco Días, MC Graw – Hill/ Interamericana de España, S.A.

Horovitz, J., y Jurguens Panak, M. (1993). La satisfacción total del cliente: la estrategia de 25 compañías europeas líderes en calidad de servicios. Madrid: McGraw-Hill.

James, P. (2000). Gestión de la Calidad Total. Un Texto Introductorio. España: Prentice Hall.

Ley N° 28015 Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa, publicada en el diario oficial el peruano, 03 de julio del 2003.

Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, Ley MYPE, Decreto Supremo N° 007-2008-TR (2008).

La república (2015), La importancia del material de oficina en la empresa. Recuperado de <http://empresayeconomia.republica.com/empresa-2/la-importancia-del-material-de-oficina-en-la-empresa.html>

Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros. Ley N° 26702. [Versión Adobe Digital]. Recuperado de [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/8CEF5E01E937E76105257A0700610870/\\$FILE/26702.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/8CEF5E01E937E76105257A0700610870/$FILE/26702.pdf) 75

Muñoz Benavides, G. (2017). *Análisis de la calidad del servicio del hotel perla verde de la ciudad de Esmeraldas*. (Tesis de Magister, Universidad Católica de Ecuador). Recuperado de <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1116/1/MU%C3%91OZ%20BENAVIDES%20GIRA.pdf>

- Pérez & Gardey, (2014). Sistema de gestión de calidad se denomina al mecanismo operativo de una organización para optimizar sus procesos.
- Puente, K.; Villareal J. (2016). *Estudio para la creación de un hotel temático basado en la cultura loreтана, ubicado en la ciudad de Iquitos – 2016*. (Tesis de Licenciada, UPC). Recuperado de <http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/165/PUENTE-VILLARREAL-1-Trabajo-Estudio.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ruiz, C. (2001). *Gestión de Calidad de Servicio a través de indicadores externos*. Ediciones, AECA, pag. 16
- Thompson, I. (2005). *Satisfacción del cliente*. 8va edición, págs. 40.
- Valencia, Empresas y Calidad, (2016). La importancia de la gestión de calidad en las empresas. Recuperado de <http://www.fvq.es/>
- Wenzel Mitrano, M. (2006). *Eco-gestión en el área habitaciones de hoteles cinco y tres estrellas de las ciudades de Villarrica y Pucón*. (Tesis de Administración, Universidad Austral de Chile). Recuperado de <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2006/few482e/doc/few482e.pdf>

ANEXOS

1.- Cronograma

Tabla 27: Cronograma de Actividades

ACTIVIDADES/SEMANAS	2018-II															
	SETIEMBRE		OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				Ene-19	
	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	
Inicio de clases	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
Determinación del sector y rubro a estudiar.	--	--														
Título del proyecto de investigación.	--	--														
Elaboración de Planteamiento de la investigación.		--	--	--												
Elaboración del Marco Teórico y conceptual.		--	--	--												
Elaboración de Metodología de la investigación.		--	--	--												
Presentación de Proyectos de Investigación.				--												
Elaboración de Encuestas, tabulación, gráficos.					--	--	--	--	--							
Discusión de resultados, conclusiones y recomendaciones.									--	--						
Revisión de referencias bibliográficas, APA.									--	--	--					
Presentación del informe final de investigación.										--	--					
Revisión turnitin.										--	--					
Elaboración de artículo científico y diapositivas.										--	--					
Prebanca												--				
Levantamiento observaciones Jurado												--	--			
Sustentación del informe final.															--	
Entrega de Empastado y Acta															--	
Cierre de Taller																--

Fuente: elaborado por Anthoni Angulo

2.- Presupuesto

Para la presente elaboración del informe final de investigación, se necesitó de un presupuesto que asciende a S/6,875.00

Tabla 28: Presupuesto General

	DESCRIPCIÓN	Unidad de Medida	Precio unit.	Precio Total
Bienes	Papel Bond A4	1 millar	24.00	24.00
	Folder Manila A4	1 pack	10.00	10.00
	Cuaderno grande	1 unid.	5.00	5.00
	Lapiceros rojo y azul	2 unid	4.00	8.00
	Agenda	1 unid.	15.00	15.00
	Engrapador	1 unid.	10.00	10.00
	Perforador	1 unid.	8.00	8.00
	Saca grapas	1 unid.	4.00	4.00
	grapas	1 caja	6.00	6.00
	Resaltador	1 unid.	4.00	4.00
	Tinta para impresora	2 unid	10.00	20.00
	USB 4 gigas	1 unid.	25.00	25.00
			sub total	139.00
Equipos	Laptop	1	1200.00	1200.00
	Impresora HP	1	280.00	280.00
	Acceso a Internet	4 meses	15.00	90.00
	Anillado	4	6.00	24.00
	Fotocopias	360 hojas	0.10	36.00
				sub total
Servicios	Curso de Titulación	4 meses	2000.00	2000.00
	Asesor de Tesis		1800.00	1800.00
	Libros	2	35.00	70.00
				3,870.00
	Pasaje Aéreo, alojamiento y movilidad			
	(Iquitos-Pucallpa) ida y vuelta	2 pasajes	400.00	800.00
	Movilidad local al lugar de exposición	2 días	8.00	16.00
	Desayuno, Almuerzo	4 días	10.00	40.00
	Alojamiento	4 días	50.00	200.00
	sub total			1,056.00
	Traje sastre para la sustentación		180.00	180.00
			Total	6,875.00

Fuente: elaborado por Anthoni Angulo

3.- Encuesta



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ENCUESTA A MYPES

Instrucciones:

Estimado propietario o representante de la mype, las preguntas que a continuación formulamos, forman parte de una investigación encaminada a recoger información para analizar la “Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, hoteles, distrito de Iquitos, año 2018”.

Encuestado:

(a):.....Fecha:...../...../20.....

A. DEL MICROEMPRESARIO:

1. ¿Cuál es la edad del microempresario?

De 18 a 28 años () De 29 a 39 años () De 40 a 50 años () De 51 a más

2. ¿Cuál es el sexo del microempresario?

a) Masculino.....b) Femenino.....

3. ¿Cuál es el nivel de instrucción del microempresario?

a) universitaria () b) técnica () c) estudios básicos ()

B. GESTIÓN DE CALIDAD

4. ¿Cuántos años tiene presencia su empresa en el mercado?

De 1 a 2 () De 3 a 6 () de 7 a más ()

5. ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?

De 1 a 4 () De 5 a 8 () De 9 a más ()

6. ¿Se practica la filosofía de la mejora continua?

a) Si () b) No ()

7. ¿Su organización se guía por la misión y visión?

a) Tiene () b) No tiene ()

8. ¿Su empresa tiene definido un plan de gestión?

a) Si () b) No ()

9. ¿La administración aplica técnicas de gestión de calidad?

a) Si () b) No ()

10. ¿Se han estandarizado los procesos clave de la empresa?

a) Si () b) No ()

11. ¿Se aplica técnicas para la solución de problemas?

a) Si () b) No ()

12. ¿Cuenta con la infraestructura para brindar el servicio adecuado?

a) Si () b) No ()

C. ATENCIÓN AL CLIENTE

13. ¿Capacita al personal para asegurar la eficacia en el servicio?

a) Si () b) No ()

- 14. ¿Existen protocolos de atención difundidos entre su personal?**
a) Si () b) No ()
- 15. ¿Sus servicios son previamente revisados antes de ser ofrecidos?**
a) Si () b) No ()
- 16. ¿Se brinda atención a sugerencia y reclamos de los clientes?**
a) Si () b) No ()
- 17. ¿Qué ventajas la representa brindar un buen servicio al cliente?**
a) Rentabilidad ()
b) Imagen ()
c) Posicionamiento ()
d) Nuevos Clientes ()
- 18. ¿Evalúa en su personal la actitud de servicio?**
a) Si () b) No ()
- 19. ¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente?**
a) Permanente ()
b) Eventual ()
c) No se hace ()
- 20. ¿Tiene un plan de acción para mejorar la calidad de atención?**
a) Si () b) No ()
- 21. ¿Utiliza medios de comunicación y redes sociales para llegar al cliente?**
a) Revista () b) Televisión () c) Redes Sociales ()

Iquitos, octubre 2018

4. - Vistas fotográficas de la investigación



Fotografía 1. Entrevista Hotel



Fotografía 2. Entrevista Hotel



Fotografía 2: Hotel



Fotografía 2: Hotel