



**Universidad
Norbert Wiener**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y NEGOCIOS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS Y
COMPETITIVIDAD**

**Mejora continua utilizando 3R, Kaizen y PQRS para mejorar la
calidad del servicio en una empresa hotelera, Tarapoto 2022**

**Tesis para optar el grado académico de Título Profesional de
Administración en Turismo y Hotelería**

AUTORA

Hoyos Guevara, Deyli Vanessa

ORCID

0000-0003-0515-284X

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN GENERAL DE LA UNIVERSIDAD

Sociedad y transformación digital

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN ESPECÍFICA DE LA UNIVERSIDAD

Gestión, negocios y tecnociencia

LIMA - PERÚ

2022

Miembros del jurado

Presidente del Jurado

.....

Secretario

.....

Vocal

.....

Asesor metodólogo
Dr. David Flores Zafra
ORCID: 0000-0001-5846-325X

Asesora temática
Dr. Zulema Ynés Hassinger Gonzales
ORCID: 0000-0002-4621-3306

Dedicatoria

A Dios, por haberme dado la vida y a mis padres quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre.

Agradecimiento

Este trabajo está dedicado a quienes fueron un gran apoyo profesional y emocional durante el tiempo en que desarrolle este estudio de la carrera. A mis familiares quienes me apoyaron todo el tiempo, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida. A nuestros maestros quienes nunca desistieron de sus enseñanzas.

Declaración de autoría

 Universidad Norbert Wiener	DECLARACIÓN DE AUTORIA		
	CÓDIGO: CÓDIGO: UPNW-EES-FOR-017	VERSIÓN: 01 REVISIÓN: 01	FECHA: 24/06/2022

Yo, Deyli Vanessa Hoyos Guevara estudiante de la escuela académica profesional de Ingeniería y Negocios de la Universidad Privada Norbert Wiener, declaro que el trabajo académico titulado: “Mejora continua utilizando 3R, Kaizen y PQRS para mejorar la calidad del servicio en una empresa hotelera, Tarapoto 2022” para la obtención del Título Profesional de Administración en Turismo Hotelaría es de mi autoría y declaro lo siguiente:

1. He mencionado todas las fuentes utilizadas, identificando correctamente las citas textuales o paráfrasis provenientes de otras fuentes.
2. No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquella señalada en el trabajo.
3. Autorizo a que mi trabajo puede ser revisado en búsqueda de plagios.
4. De encontrarse uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente y/o autor, me someto a las sanciones que determina los procedimientos establecidos por la UPNW.



.....
Firma

Vanessa Hoyos Guevara

DNI: 46980268



Huella

Lima, 24 de junio de 2022.

Índice

	Pág.
Carátula.....	i
Miembros del jurado.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaración de autoría	v
Índice	vi
Índice de tablas	viii
Índice de figuras.....	ix
Índice de cuadros	x
Resumen.....	xi
Abstract.....	xii
I. INTRODUCCIÓN.....	13
II. MÉTODO.....	29
2.1 Enfoque, tipo, diseño, sintagma y métodos	29
2.2 Población, muestra y unidades informantes.....	31
2.3 Categorías y subcategorías apriorísticas	31
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	32
2.5 Aspectos éticos.....	35
III. RESULTADOS.....	36
3.1 Descripción de resultados cuantitativos.....	36
3.2 Descripción de resultados cualitativos.....	45
3.3 Diagnóstico	50
3.4 Propuesta de solución	55
3.4.1 Priorización de los problemas.....	55
3.4.2 Consolidación del problema	55
3.4.3 Fundamentos de la propuesta.....	55
3.4.4 Categoría solución	56
3.4.5 Direccionalidad de la propuesta.....	57
3.4.6 Actividades y cronograma	58
IV. DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	59
4.1 Discusiones	59

4.2 Conclusiones.....	63
4.3 Recomendaciones	64
V. REFERENCIAS	65
ANEXOS	73
Anexo 1: Matriz de consistencia.....	74
Anexo 2: Evidencias de la propuesta.....	76
Anexo 3: Instrumento cuantitativo.....	91
Anexo 4: Instrumento cualitativo.....	93
Anexo 5: Base de datos.....	94
Anexo 6: Transcripción de las entrevistas o informe del análisis documental.....	95
Anexo 7: Pantallazos del Atlas. Ti.....	98
Anexo 8: Fichas de validación de la propuesta.....	100
Anexo 9: Certificación de validez de investigación holística.....	110
Anexo 10: Evidencia Turnitin.....	112
Anexo 11: Matriz de trabajo	113

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1 Categorización	32
Tabla 2 Nivel de confiabilidad para Alfa Cronbach	34
Tabla 3 Frecuencias y porcentajes de la subcategoría tangibilidad	36
Tabla 4 Frecuencias y porcentajes de la subcategoría capacidad de respuesta.....	37
Tabla 5 Frecuencias y porcentajes de la subcategoría empatía.....	39
Tabla 6 Frecuencias y porcentajes de la subcategoría seguridad.....	40
Tabla 7 Pareto de la categoría calidad de servicio.....	42

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1 Diagrama de Ishikawa	15
Figura 2 Frecuencias y porcentajes de la sub categoría tangibilidad.....	36
Figura 3 Frecuencias y porcentajes de la subcategoría capacidad de respuesta	38
Figura 4 Frecuencias y porcentajes de la subcategoría empatía	39
Figura 5 Frecuencias y porcentajes de la subcategoría seguridad	41
Figura 6 Pareto de la categoría calidad de servicio.....	43
Figura 7 Análisis cualitativo de la subcategoría tangibilidad.....	45
Figura 8 Análisis cualitativo de la sub categoría capacidad de respuesta.....	46
Figura 9 Análisis cualitativo de la sub categoría empatía.....	47
Figura 10 Análisis cualitativo de la sub categoría seguridad.....	48
Figura 11 Análisis mixto de la categoría calidad de servicio	50
Figura 12 Nube de palabras	54

Índice de cuadros

	Pág.
Cuadro 1 Matriz de direccionalidad de la propuesta	57
Cuadro 2 Matriz de actividades y cronograma	58

Resumen

El estudio tuvo como objetivo la propuesta de mejora continúa utilizando 3R, Kaizen y PQRS para mejorar la calidad del servicio en una empresa hotelera, Tarapoto 2022. La metodología aplicada fue de enfoque mixto, tipo proyectiva, con un diseño secuencial explicativo, sintagma holístico, aplicando el método analítico, deductivo e inductivo. La población estuvo conformada por 47 colaboradores y 3 unidades informantes corresponden gerente general, administradora y recepcionista, las técnicas e instrumento utilizados corresponde a la encuesta y las entrevistas.

Frente a la problemática identificada se propone: (a) elaborar un proceso de buenas prácticas ambientales empleando las 3 R, a fin de garantizar el cuidado del medioambiente; (b) diseñar estrategias de liderazgo y trabajo en equipo para lograr la excelencia en el servicio de los colaboradores del hotel empleando la herramienta mejora continua Kaizen; (c) implementar un mecanismo de acción ante las quejas y sugerencias de los clientes mediante la metodología PQRS, que permitirá a los colaboradores ser eficientes en su trabajo. Se concluyó que, mediante el cumplimiento de los objetivos propuestos, se mejorará la calidad de servicio y el uso adecuado de los recursos para convertirse en un hotel más sostenible y destacar entre la competencia como un hotel concienciado en la sostenibilidad turística y calidad de servicio.

Palabras claves: Metodología Kaizen, calidad de servicio, productividad, Buenas prácticas ambientales, atención al cliente.

Abstract

The objective of the study was Proposal for improvement continues to use the Kaizen methodology to improve the quality of service in a hotel company, Tarapoto 2022. The methodology applied was a mixed approach, projective type, with an explanatory sequential design, holistic syntagm, applying the method analytical, deductive and inductive. The population was made up of 47 collaborators and 3 informant units correspond to general manager, administrator and receptionist, the techniques and instrument used correspond to the survey and the interviews.

Faced with the problem identified, it is proposed: (a) to develop a process of good environmental practices using the 3 R, in order to guarantee the care of the environment; (b) design leadership and teamwork strategies to achieve service excellence for hotel employees using the Kaizen continuous improvement tool; (c) implement an action mechanism for customer complaints and suggestions using the PQRS methodology, which will allow employees to be efficient in their work. It was concluded that, by meeting the proposed objectives, the quality of service and the proper use of resources will be improved to become a more sustainable hotel and stand out from the competition as a hotel aware of tourism sustainability and quality of service.

Keywords: Kaizen methodology, quality of service, productivity, good environmental practices, customer service.

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, la calidad de servicio es fundamental para asegurar la productividad y el triunfo de cualquier organización, contribuye con la fidelidad del consumidor hacia un producto o servicio. En una investigación mexicana se evidenció que la calidad del servicio es una opción para que las organizaciones logren competitividad y sustentabilidad en un entorno económico globalizado. Las pequeñas y medianas organizaciones tienen que dar más importancia a la calidad del servicio que las grandes compañías, de esta forma obtener la preferencia de los consumidores. La calidad de servicio es importante en cualquier organización, ya que te hace diferenciar de la competencia y generar más ingresos (Silva et al., 2021).

En un estudio colombiano se planteó un procedimiento de evaluación de calidad del servicio en atención al cliente en una compañía que brinda servicios. Apoyados en la fundamentación teórica vinculada a la calidad del servicio y el término de 6 Sigma; se identificaron las magnitudes de calidad del servicio para consolidar la valoración de dichos y examinar los resultados en términos de deficiencias por piezas por millón (DPMO), grado sigma y rendimiento. Esta herramienta sigma se aplica en cualquier organización que tenga problemas con mal uso de los recursos y ayuda a reducir costos y por ende mejora los servicios (Fontalvo et al., 2020).

En la actualidad, las empresas tienen que enfrentarse a muchos desafíos existentes en su ámbito geográfico, donde resalta primordialmente la competencia de los servicios y productos que genera, en conseguir posicionar sus productos en el mercado nacional como mundial. Asimismo, es necesario que la organización tenga las condiciones para competir en este entorno y luego convertirse en un instrumento de diferenciación para poder ofrecer un producto de alta calidad y al mismo tiempo lograr satisfacer las necesidades de sus clientes. De ahí la mejora continua, la satisfacción del cliente, la estandarización y el control de procesos (Carriel et al., 2018).

En un informe peruano, se patentizó que la calidad, a partir de un criterio de los servicios, es un concepto que requiere tener un criterio más preciso para conceptualizar y más que nada para medirla. No se puede dejar el término de medición de algo intangible con base a las percepciones particulares de los usuarios, ya que cada ser humano tiene una percepción propia y por consiguiente

las mediciones e impresiones de la calidad en los servicios serían bastante variadas debido a cada óptica de los usuarios (Izquierdo, 2021).

En un estudio peruano de expendidos de alimentos con un servicio regular y de baja rentabilidad. Implementaron un instrumento (modelo Servperf) para la evaluación de la calidad de servicio; que es medido a partir del punto de vista del comprador, diagnosticando todas sus magnitudes, las cuales califican de manera universal a la compañía, identificando los procesos que requieren de la utilización de táctica exitosa para aumentar la valoración de sus consumidores. Se recomendó que la organización debería mejorar el equipamiento, la atención personalizada de sus colaboradores que posibilite crear una relación más confiable y duradera con el comprador (Ramos, 2019).

En un estudio peruano, la elección de un cliente para contratar los servicios de una instalación hotelera está cada vez más influenciada por los comentarios en las redes sociales o sitios en línea, y la evaluación de la calidad de los servicios del hotel. A través de las redes sociales y sitios como TripAdvisor y Booking, al estimar las calificaciones de los usuarios de reservas y TripAdvisor, esta encuesta examina las tasas de satisfacción del consumidor en hoteles de 3, 4 y 5 estrellas. Es muy importante brindar un servicio de alta calidad, buena infraestructura y seguridad a los clientes para captar más huéspedes (Condori et al., 2021).

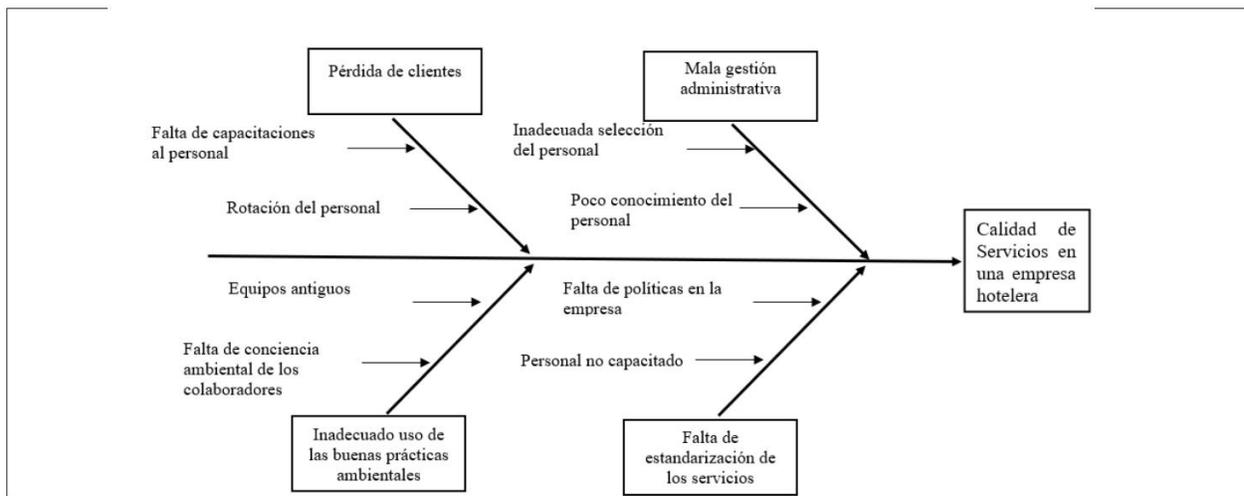
Posteriormente de diagnosticar los problemas nacionales e internacionales, se prosigue a encontrar los problemas que afectan a la empresa como; (i) mala gestión administrativa donde se identificó que no cumplen con los objetivos de la empresa y no cuentan con un perfil de reclutamiento al personal; (ii) falta de estandarización del servicio, ya que la empresa cuenta con tres hoteles a nivel nacional, pero sus servicios no son estandarizados; (iii) pérdida de clientes por falta de interés de la empresa en capacitar a su personal en atención al cliente; (iv) inadecuado uso de las buenas prácticas ambientales por falta de concientización ambiental de la empresa y colaboradores. A causa de no tener una adecuada selección del personal, por la falta de liderazgo y toma de decisiones conlleva a una mala gestión administrativa dejando como consecuencia la reducción de ingresos.

Puesto que, al no tener políticas en la empresa, por personal no capacitado conlleva a la falta estandarización de los servicios, esto conlleva a una mala imagen de la empresa hacia sus clientes. Dado que, la empresa no cuenta con un software hotelero, la falta de tarifas corporativas y la rotación del personal, conlleva a la pérdida de clientes.

Visto que, la empresa no cuenta con equipos modernos y eco amigables con el medio ambiente y la falta de conciencia ambiental de los colaboradores, conlleva al mal uso de los recursos. De no darle solución se verá afectada la imagen del hotel hacia la población y clientes.

Para esta investigación se realizó el uso de la herramienta diagrama de Ishikawa, para determinar los problemas, causas y consecuencias que afectan a la empresa, según (figura 1).

Figura 1
Diagrama de Ishikawa



Analizando las múltiples fuentes de entendimiento, por medio del análisis de artículos y tesis nacionales e internacionales:

Terán el at. (2021), en su investigación sobre la calidad de servicio en las organizaciones de latinoamérica tuvo como objetivo fundamental auditar la escritura lógica, dirigiendo un seguimiento bibliográfico que reúna los dispositivos utilizados en la atención para cuantificar la naturaleza de la administración dada. Dicho estudio tuvo un enfoque cuantitativo, de tipo

descriptiva, con diseño no experimental, la técnica empleada fue información técnica. Se concluyó que la mayoría de los estudios recopilados sobre la medición de la calidad de servicio usaron como instrumento de evaluación al modelo SERVQUAL, lo que garantizaría su utilización en otras. Este instrumento es de gran ayuda a las empresas que brindan servicios para mejorar la calidad en los servicios. De esta investigación se utilizó el marco teórico y los instrumentos para fortalecer el estudio en curso.

Barberán (2020), en su investigación de análisis de la calidad del servicio de los museos que componen la red del estado de Guayaquil, tuvo como fin diseñar un instructivo para la calidad del servicio y la correcta administración de las ocupaciones que hacen los museos. Su enfoque es mixto con procedimientos no experimental, teórico y empíricos, con una muestra de 384 y usó la entrevista como instrumento. En conclusión, se evidenció que la aplicación del instructivo va a ayudar a incrementar la satisfacción del cliente ante el servicio brindado por el museo; esto se verá reflejado en la imagen positiva de las instituciones museográficas que perciben los habitantes. De este estudio se usará el marco teórico y metodología para consolidar la investigación en curso.

Amendaño y Molina (2020), en su análisis de tácticas para mejora a la calidad del servicio que da el Museo Alberto Mena Caamaño, basado en los criterios del sello Press Q. Tuvo como fin plantear tácticas de mejora a la calidad del servicio que ofrece el museo. El análisis tuvo un enfoque cuali-cuantitativo, tipo mixta, con diseño experimental y no experimental. Asimismo, usó la técnica de encuesta con una muestra a 1810 consumidores. Obtuvo como consecuencia que hay ciertos incumplimientos de los criterios del sello Press, que es respaldado por la norma española. Que son criterios empleados para evaluar el servicio que brindan al visitante una vez que hacen los tours. En resumen, este criterio de evaluación ayuda a medir la calidad del servicio que ofrece el museo y poder hacer las mejoras en las deficiencias que logre haber del servicio. Del presente análisis se usará la metodología y marco teórico para consolidar el análisis en curso.

Suárez y Castillo (2020), en su investigación sobre la calidad de servicio al cliente en hoteles de cuatro y cinco estrellas en la ciudad de Panamá. Tuvo como fin poner a prueba la calidad del servicio de estos hoteles. Es decir, el análisis tuvo un enfoque cuantitativo, tipo descriptiva y diseño no experimental y la técnica utilizada fue las encuestas en línea con una muestra de 110

clientes. Se concluyó que la calidad del servicio en los hoteles de cuatro y cinco estrellas es idónea y tiene la aceptación de los huéspedes, teniendo ciertos puntos que es necesario ser reforzados para poder hacer la excelencia en el servicio debido a que se ve reflejado en los resultados de la evaluación de los consumidores. En conclusión, realizar un análisis de los servicios que brindan los hoteles de diferentes categorías es importante debido a que ayuda a realizar las mejoras en el servicio para satisfacer a los consumidores, del presente estudio se utilizarán las herramientas y el marco teórico para reforzar el análisis en curso.

Obando y Acurio (2020), en su estudio para optimizar la eficiencia productiva en el proceso de inyección de suelas para calzado a través de la metodología Kaizen. Dicho estudio tuvo un enfoque práctico, de tipo holística con diseño experimental, la técnica utilizada fue cuestionario a una muestra de 60 clientes. Se concluyó que se llevó a cabo la metodología Kaizen, logrando un aumento en el rendimiento y eficiencia de la producción en un 20% y se identificaron cambios como los cuellos de botella y retrasos. Esta herramienta de mejora continua ayuda a reducir costos y mejorar la atención al cliente. De esta investigación se utilizó el marco teórico para fortalecer el estudio en curso.

En el ámbito nacional:

Juárez y Malca (2020), en su investigación de análisis de inclusión en servicios hoteleros para personas con discapacidad en el hotel Gloria Plaza. Tuvo como objetivo analizar la inclusión en los servicios hoteleros para personas con discapacidad en dicho hotel, tuvo un enfoque cuantitativo, diseño no experimental y tipo descriptiva, con instrumento de cuestionario y de 18 clientes como muestra, la investigación concluyó que en dicho hotel tiene algunas deficiencias en la calidad del servicio hotelero, ya que los servicios no son personalizados por cada cliente con discapacidad, sin embargo, los trabajadores están dispuestos a ofrecer soluciones al instante con un trato considerado. También menciona que en muchas ocasiones los hoteles no prestan servicios inclusivos para este público. En conclusión, se pudo evidenciar que en su mayoría los hoteles no están incorporando en su infraestructura instalaciones para personas con discapacidad, dificultando el desplazamiento de los huéspedes. De la presente investigación se utilizó el marco teórico y su instrumento para respaldar la investigación en curso.

Ángeles (2020), en su investigación sobre gestión de la calidad turística para mejorar la atención al consumidor en las agencias en línea, su objetivo ha sido plantear tácticas de marketing de contenido que posibilite efectivizar la información de las agencias en línea. Con enfoque mixto de tipo proyectista y diseño no experimental, con un procedimiento inductivo – deductivo y con una técnica de encuestas. Tuvo como consecuencia que los clientes no permanecen conformes con la autenticidad de esa información que brindan las agencias en su página web. No hay gestión de calidad de difusión y marketing de contenido que facilite implantar una política para los consumidores. En conclusión, estamos en la época digital y las agencias de viajes no son ajenas a ello, por esa razón la información que se publica sobre los servicios que brindan tienen que ser veraz para saciar las expectativas del comprador. De este análisis se empleó el marco teórico y su metodología para afianzar dicha investigación en curso.

Rodríguez (2018), en su estudio sobre proyecto de optimización de la calidad de servicio en Starbucks, su objetivo fue plantear una estrategia de mejora de la calidad de servicio. Donde usó el enfoque mixto con tipo proyectiva y un diseño no experimental, con método deductivo-inductivo con una técnica de encuesta. Concluyó que la compañía tiene fallas en la atención al consumidor; ya que se debería llevar a cabo capacitación sobre los procesos, atención al cliente y la infraestructura para alcanzar la calidad del servicio. En conclusión, se debería hacer capacitaciones constantes sobre la atención al cliente y la elaboración de los productos, para lograr la calidad del servicio. De este análisis se usó los objetivos y la metodología para afianzar la investigación en curso.

Feliz (2018), en su análisis sobre la calidad en el servicio en la Quinta restaurante Waly Cusco. Tuvo como fin analizar la calidad en el servicio del restaurante, donde usó un enfoque cuantitativo con tipo investigación básica y diseño no experimental. Su método ha sido deductivo y analítico con técnica de encuesta. Concluyó que el 44.1% de los consumidores que acuden al restaurante percibió que la calidad de servicio es buena y el 26.4% menciona que es bastante buena, con un 28.8% opinan que el servicio es regular; donde se evidencia que los consumidores se sienten satisfechos con el servicio que da el restaurante. En conclusión, este estudio ayudó a conocer la satisfacción del cliente ante el servicio que brinda el restaurante, teniendo como resultados la

aprobación de los consumidores. De este análisis se obtuvo los instrumentos y el marco teórico para fortalecer la indagación en curso.

Lazo (2018), en su análisis sobre calidad de los servicios al huésped en el ámbito hotelero en Tumbes. Tuvo como objetivo demostrar la falta de calidad de servicio al huésped, con enfoque mixto de tipo descriptivo y diseño no experimental; con cuestionarios de instrumentos. Se concluyó que para hacer crecer la iniciativa de mejorar la calidad de los servicios hoteleros al huésped es mejorar en el campo hotelero, realizar estrategias, capacitaciones, mejoras continuas al personal y socios para ofrecer un sobresaliente servicio de calidad. La presente investigación se utilizó el marco teórico y metodología para profundizar la investigación en curso.

Ticona (2017), en esta investigación del método kaizen como herramienta para el mejoramiento continuo en la empresa distribuciones bookshop, en la ciudad de Arequipa. Tuvo como objetivo analizar el sistema Kaizen como herramienta para lograr el mejoramiento continuo en la empresa, con un enfoque cualitativo de tipo descriptivo y diseño no experimental deductivo, tuvo una muestra de 16 trabajadores, utilizó como instrumento de investigación el cuestionario. Concluyó que, la participación igualitaria de todos los trabajadores es necesaria para permitir la organización del lugar de trabajo con el objetivo de mantenerlo eficiente, limpio, organizado, agradable y seguro. Como resultado, la falta de conocimiento de la teoría detrás de la filosofía Kaizen; Sin embargo, los trabajadores están satisfechos con su lugar de trabajo, por lo que se sienten cómodos y bienvenidos. Asimismo, estas aportaciones son necesarias para propiciar los cambios necesarios dentro de la empresa. A partir de este estudio, su metodología y herramientas se utilizaron para apoyar la investigación en curso.

Esta investigación sostiene una base teórica, basada en teoría de sistemas, la teoría de modernización y de relaciones humanas; la Teoría de Sistemas tiene una conexión con todas las partes y estas partes hacen que el todo sea más importante, según Zenvia (2021), la calidad de servicio se trata de un conjunto de estrategias y acciones encaminadas a mejorar la atención al cliente y la relación consumidor-marca, guardan directa relación debido a que para lograr la calidad de servicio todas las áreas deben estar relacionadas y formar un ambiente agradable que asegure una buena impresión al cliente.

Dicho lo anterior, la teoría de la modernización son los procesos que llevan las sociedades hacia la modernidad y se ven reflejados en todos los cambios. Por consiguiente, según Zenvia (2021), la calidad de servicio hablamos de un grupo de tácticas y acciones encaminadas a mejorar la atención al consumidor y la relación consumidor-marca. Es decir; guardan relación debido a que la calidad de servicio se ajusta a los cambios que logre haber en la sociedad.

Por último, la teoría de relaciones humanas enfatiza que en una organización los colaboradores son los de mayor relevancia, además que los trabajadores se sientan más realizados y se encuentren involucrados socialmente, conforme Quijano (2004), la calidad de servicio es el cumplimiento de los compromisos ofrecidos por las organizaciones hacia los usuarios, medidos en tiempo y calidad. Por consiguiente, albergan interacción debido a que es fundamental que las organizaciones permitan hacer línea de carrera a los trabajadores en la organización y se encuentren motivados para brindar un servicio de calidad.

Categoría solución

Ciclo PHVA – Mejora continua

Chara et al. (2022) define que, el nombre del proceso PHVA tiene cuatro pasos: Planificar, Hacer, Revisar y Actuar. Lo que surge de este proceso es que es un ciclo, por lo que cuando llegas al final puedes comenzar de nuevo y participan toda la organización de la empresa.

Subcategorías:

Planear: Es estudiar la situación actual y la descripción del proceso, es entender las expectativas del cliente, recopilar datos y la identificación de los problemas. Es importante definir los objetivos y los procesos a implementar para conseguir los resultados (Chara et al., 2022).

Hacer: El plan se implementa como prueba de piloto con un grupo reducido de clientes, para evaluar la solución propuesta y aportar datos objetivos, y estos datos se registran. En este paso es la implementación de los procesos a seguir (Chara et al., 2022).

Verificar: Se verifica que en la prueba que se realizó durante la fase de ‘Hacer’ del ciclo PHVA se desarrollen según lo planeado, en este paso es la clave para detectar pequeños problemas

antes de que se vuelvan demasiado complicado. Es decir que, se debe hacer un seguimiento a los procesos e informar los resultados (Chara et al., 2022).

Actuar: Las mejoras obtenidas se estandarizan y el plan final se implementa como una mejor “práctica actual” y se informa en toda la organización, luego el proceso vuelve en la etapa de planear para identificar más oportunidades de mejora. De modo que, se toman acciones para mejorar continuamente el desempeño (Chara et al., 2022).

Metodología Kaizen: Es un método de mejora continua que se utiliza a diario e involucra a todos en la empresa, desde los gerentes hasta los trabajadores calificados y recaudadores. Su nombre proviene de dos ideogramas japoneses “Kai” que se significa cambio y “Zen” significa bueno.

López y Zuluaga (2018) menciona que, Kaizen es un concepto que nace de la filosofía japonesa y reforzado con el apoyo de autores estadounidenses con Deming y Juran en la década de los 50 y 60, debido al enfoque japonés se orienta al mejoramiento gradual si bien el enfoque estadounidense se centra más en los pasos agigantados (innovación).

Lagunes (2018) menciona que, el método Kaizen crea un pensamiento orientado a proceso, donde los procesos deben de mejorarse antes de que se obtengan resultados mejorados. La mejora continua se logra a través de las acciones diarias, permitiendo que, los procesos y las empresas sean más competitivas en la satisfacción del cliente. Lograr estos cambios dependerá del número de acciones de mejoramiento que se realicen y la efectividad con que se realicen, por lo que es importante que el mejoramiento continuo sea una idea internalizada por completo en la conducta de todos los miembros de la organización, convirtiéndose en una filosofía de trabajo y de vida. por ende, no solo ayuda a apoyar los esfuerzos hacia el logro de metas sino también a generar utilidades a través de la mejora de procesos y productos. hacia la satisfacción y fidelización de los clientes.

Liendo (2020), hace mención los principios de kaizen: (a) concentración en los clientes. Cuando se piensa a largo plazo en el cliente ya que todas las acciones van a ir dirigidas a la felicidad del cliente, (b) mejorar continuamente, en las empresas Kaizen cada avance será incorporado a las formas de mejora, cada “cambio bueno” se registra en los manuales de operaciones, como un

patrón por medio del cual se evaluará cada nuevo progreso, (c) aceptación abierta y humilde de los problemas. En todas las empresas existen dificultades para kaizen estos inconvenientes forman parte de su cultura, por ello se debe trabajar con el suficiente apoyo y, son analizados por todos los integrantes de un equipo, departamento, o toda la organización; aprovechando al máximo las propuestas de soluciones derivadas de distintos sectores, (d) reducción y eliminación de barreras. En las empresas Kaizen casi siempre existen menos barreras y divisiones funcionales como en las que no lo son; incluso hasta las áreas físicas de trabajo son más abiertas, (e) promoción de trabajo en equipo. La gerencia kaizen promueve un ambiente de trabajo en equipo. ello, induce a una vida colectiva y refuerza el sentido de pertenencia cambiando el yo por un nosotros. en estas organizaciones, el liderazgo resulta más importante que la misma gerencia; el mando y el control, son sustituidos por la comunicación, (f) Información. En las organizaciones Kaizen todos los colaboradores estén siempre adecuadamente enterados, en todo lo referente a su empresa. Desde el momento de la inducción, el cual es parte concluyente en el proceso de identificación con la organización, como todo el tiempo que permanezca dentro de la misma.

Las 3 R: Es una regla para el cuidado del medio ambiente, sobre todo para reducir el volumen de residuos o basura que se genera.

Buenas Prácticas Ambientales

Conforme (2018) menciona que, las Buenas Prácticas Ambientales están vinculadas a acciones que, con el único propósito de realizar cambios en los estilos de vida de las personas, que se refleja en sus valores y comportamiento. Las buenas prácticas ambientales promueven la cultura, el respeto y la responsabilidad hacia el medio ambiente.

Subcategorías:

Reducir: Conforme (2018) hace mención que, es minimizar la producción de residuos, es decir, priorizar los artículos con poco o ningún embalaje y evitar los artículos que pronto se desperdiciarán. Quiere decir que, al momento de la compra se debe adquirir lo más importante para no generar contaminación.

Reutilizar: Conforme (2018) cabe decir que, el aprovechamiento de los residuos antes de su eliminación, convertir los residuos como materia prima. Dado que, se puede desarrollar nuevos objetos para generar menos residuos.

Reciclar: Conforme (2018) menciona que, rescatar algunos elementos que se pueden convertir y reutilizar para los mismos o diferentes propósitos para los que fueron creados. Este proceso de reciclar es muy simple y ayuda a resolver muchos problemas ambientales por que ayuda a recuperar gran cantidad de recursos renovables y no renovables. Asimismo, ayuda a reducir los costos.

PQRS

Jurado y Lievano (2019) señala que, es un instrumento que nos ayuda a reconocer e identificar el cumplimiento del proceso de peticiones, quejas, reclamos o Sugerencias (PQRS) de los usuarios, por lo tanto, se debe brindar la respuesta y mejora del servicio para tener a nuestros usuarios satisfechos. Este sistema permite a las empresas obtener alertas tempranas para abordar problemas y desarrollar procedimientos para corregir debilidades o amenazas de la organización.

Beneficios de los PQRS: (a) prestan un servicio con calidad por medio de la automatización de los procesos; (b) realizan seguimiento de las PQRS, con la finalidad de dar una pronta solución; (c) reducen los costos de la empresa, generando más utilidades a la empresa; (d) mejora la satisfacción del cliente, generando la captación de futuros clientes; (e) mejora la comunicación entre las partes involucradas, para llegar algún acuerdo al problema. (Jurado y Lievano, 2019).

Definición de PQRS

Petición: Es derecho que toda persona tiene de solicitar o reclamar por razones de interés particular o interés general para elevar solicitudes respetuosas de información o consultar. Es decir, que se debe dar pronta solución al requerimiento solicitado (Tolozada y Peña, 2018).

Queja: Es una expresión verbal, que se puede dar escrita o por medio electrónica de insatisfacción con la conducta o el procedimiento de los servicios prestados. Estas quejas deben ser registrar para darle solución por las áreas encargadas (Tolozada y Peña, 2018).

Reclamo: Es toda expresión verbal, ya sea escrita o electrónica, de insatisfacción con la prestación de un servicio o la falta de interés ante la atención de una solicitud, es decir, es una

notificación formal por el incumplimiento de un derecho que ha sido perjudicado o amenazado, debido a una prestación indebida o irrazonable del servicio. El objetivo de generar un reclamo es que la empresa revise y evalúe la insatisfacción del servicio (Tolozada y Peña, 2018).

Sugerencia: Es algo sugerido, insinuado o sugerido. Este término se utiliza a menudo como equivalente a consejo o recomendación. Es decir, es una propuesta hecha por el usuario para incidir en el mejoramiento de los procesos o del servicio (Tolozada y Peña, 2018).

Categoría Problema: Calidad de servicio

Según Cardozo (2021) afirma que, la calidad son un conjunto de tácticas, ocupaciones que permite incrementar el servicio al usuario, como también la interacción entre el cliente y la marca. Además, Vicente (2020), las organizaciones tienen que interpretar y analizar el perfil de sus clientes para conocer sus necesidades y expectativas, para poder ofrecerles, un servicio accesible, conveniente, que le transmita seguridad para complacer al usuario del servicio adquirido. Del mismo modo, Denton (2020), explica la manera en que muchas de estas compañías alcanzan en evaluar y medir el servicio, que no es simple, sin embargo, es comúnmente importante. Del mismo modo, Fontalvo y Vergara (2010), son las características inherentes de un bien o servicio que satisfacen las expectativas y las necesidades de los usuarios. Y, por último, Acuña (2004) la calidad de servicio es el nivel de satisfacción que el usuario sacia sus requerimientos, ya que el servicio cumplió con sus expectativas.

Para Cuatrecasas (2000), la calidad se puede definir como la combinación de características que un producto o servicio logra en un sistema de producción, así como su capacidad para cumplir con los requisitos del cliente. La calidad supone que el producto o servicio cumplirá con todas las expectativas y descripciones para las que fue diseñado y debe coincidir con las expectativas del consumidor o cliente. Por lo que, es muy importante implementar la calidad en los servicios, dado que se trata de la atención directa a los clientes y se debería cumplir con las expectativas de los clientes.

Según, Bustamante (2019) define que, la calidad es el conjunto de características y patrones de un producto o servicio en función de su capacidad para satisfacer las necesidades y expectativas

del cliente y ajustarse a las descripciones para las que está diseñado, es decir, una calidad que coincide con todas las características y características de un producto o servicio. en relación con las necesidades y expectativas del consumidor, depende del precio que esté dispuesto a pagar por él. De tal forma que, los clientes no compran bienes o servicios, si no compran para satisfacer una determinada necesidad, ya que lo relevante para el cliente es el valor agregado del producto o servicio que brinda.

Bustamante (2019), quien manifiesta que, los servicios son de naturaleza no física y también una interacción entre el cliente y el proveedor del servicio, donde la calidad del servicio es percibida universalmente por el cliente y es reconocida por la situación, incluyendo el proceso de evaluación que continúa a lo largo de tiempo. Igualmente, los servicios son de naturaleza no física y también una interacción entre el cliente y el proveedor del servicio, donde la calidad del servicio es percibida universalmente por el cliente y es reconocida por la situación, incluyendo el proceso de evaluación que continúa a lo largo de tiempo. Asimismo, la calidad se puede definir como la excelencia absoluta o la superioridad absoluta de un producto o servicio desde el punto de vista del cliente.

Finalmente, para Bustamante (2019), entender que, un servicio es un conjunto de actividades que acompañan a la actividad principal, y posiblemente un producto tangible. En un sentido amplio, el servicio es actividad, estilo y cumplimiento. Por ello, las empresas deben facilitar el interés por el servicio prestado, porque la diferencia en el mismo será una señal de excelencia para el cliente.

Subcategorías:

Tangibles: Según, Fontalvo y Vergara (2010) indican que, son todas las instalaciones físicas y todos los materiales que pueden ser observados y percibidos, que ocupan un espacio físico. No obstante, dichos tangibles se usan de algunas modalidades por los proveedores de servicios y son notados y experimentados en diferentes niveles por los usuarios finales. Los materiales tangibles son especialmente relevantes para las organizaciones de servicios porque cambian el juego al crear experiencias sociales y de clientes intensas, positivas e inspiradoras a través de sus activos patentados.

Subcategorías:

Respuesta: Fontalvo y Vergara (2010) aseguran que, el servicio se da al instante, no es almacenable y debe ser con el grado de calidad requerido. Asimismo, la capacidad de respuesta ayuda a los clientes ante cualquier problema o necesidad, donde el servicio debe ser al instante y eficaz al momento que lo solicite el cliente. Es decir, que los trabajadores deben estar capacitados para dar una respuesta clara y asertiva.

Indicadores:

Empíricos: Osorio et al. (2021) comenta que, se generaliza con uno o dos casos particulares de números y las expresiones algebraicas están ausentes o no tienen utilidad. Sin embargo, este tipo de respuesta emite un mensaje al cliente.

Simbólicos: Osorio et al. (2021) manifiesta que, hay un desarrollo simbólico (correcto o no) que no considera propiedades y no se puede obtener una conclusión. Es una acción que consiste en dar una información de algo que no se puede presentar.

Fácticos: Osorio et al. (2021), también lo define como la justificación es una serie de pasos realizados como si fuesen un algoritmo. Cabe mencionar que son expresiones lingüísticas para asegurar o mantener una comunicación con otra persona.

Analíticos: Osorio et al. (2021) manifiesta que, se sigue una cadena deductiva de argumentos que son basados en propiedades. Es decir, que estos pueden ser números y operaciones.

Subcategorías:

Empatía: Fontalvo y Vergara, (2010) afirman que, la capacidad social es la clave para entender los sentimientos y emociones de los clientes, partiendo de nuestro autoconocimiento personal que nos ayude a dar la máxima confianza. De igual forma, es el nivel de atención individualizada que dan las empresas a los consumidores, que le transmiten un servicio personalizado al gusto del cliente.

Indicadores:

Empatía cognitiva: Moya (2018) manifiesta que, este tipo de empatía depende de la comprensión de la condición y los estándares del otro individuo. Se puede decir que esta empatía precede a las demás, y esta es la primera etapa, y dependiendo de cómo actuemos o compartamos nuestras emociones, emergen los siguientes patrones.

Empatía participativa: Moya (2018) indica que, esta empatía es la más utilizada en el día a día, el sujeto tras haber comprendido el estado del otro participa en una situación, sintoniza con él, pero sin emociones. Podría denominarse como una falsa empatía o una empatía obligada.

Empatía afectiva: Moya (2018) manifiesta que, la principal diferencia entre este y el primero es que las emociones juegan un papel fundamental en él, llegando a la realización de lo que el otro está sintiendo.

Unión empática: Moya (2018) menciona que, una persona no simpatiza con la otra, sino que ambas comparten sentimientos ante la misma expectativa.

Subcategorías:

Seguridad: Fontalvo y Vergara, (2010) manifiestan que, el consumidor desea un servicio en un ambiente que le garantice estabilidad sin ningún peligro de mal personal o material. Asimismo, los colaboradores tienen la habilidad de poseer un entorno de confianza y credibilidad hacia los consumidores. De esta manera, los clientes deben sentirse seguros desde el primer contacto con la empresa hasta finalizar el servicio.

El presente estudio se enmarca en la implementación de tres teorías: (a) la Teoría de Sistemas; que guarda relación con calidad de servicio, ya que para poder hacer la satisfacción del comprador cada una de las superficies tienen que estar conectadas y manejar la misma información para eludir probables desviaciones en el proceso del servicio; (b) la Teoría de Modernización; cuyo fin es estar en constante transformación que provoca que mejoren los productos y servicios que se da al comprador y finalmente (c) la Teoría de Relaciones Humanas; que es primordial que las organizaciones mantengan una comunicación efectiva con sus equipos de trabajo donde puedan atender sus necesidades y crear un buen ambiente laboral, para que tengan la motivación y brinden un servicio de calidad al comprador.

La relevancia metodológica de la investigación se efectuará utilizando el enfoque mixto, que proporcionará a los investigadores, una base teórica y un marco de apoyo en el futuro, con el propósito de hacer indagaciones holísticas. En el marco de las técnicas y herramientas empleadas, se empleó entrevistas y cuestionarios para proporcionar diagnósticos y resultados. Finalmente, en términos de significación social, este estudio hará que los clientes queden satisfechos con el servicio, lo que contribuirá a la mejora de ingresos al hotel y la localidad en la que se encuentra, ya que la actividad turística mejora la calidad de vida de las comunidades.

De acuerdo a la trascendencia práctica de este estudio, se perfeccionará la calidad del servicio, permitiendo la fidelización de los clientes y una buena imagen que hará diferenciarse de la competencia. Asimismo, se logrará una buena gestión administrativa y estandarización de los servicios en todos sus hoteles.

En el presente estudio se formuló la pregunta general: ¿Cómo propuesta de estrategias para mejorar la calidad de servicio de una empresa hotelera utilizando las metodologías 3R, Kaizen y PQRS, Tarapoto 2022?; Asimismo, para los problemas específicos tenemos: (a) ¿Cuál es el diagnóstico de la calidad de servicio en una empresa hotelera utilizando las metodologías 3R, Kaizen y PQRS, Tarapoto 2022?; (b) ¿Cuáles son los factores para mejorar la calidad de servicio en una empresa hotelera utilizando las metodologías 3R, Kaizen y PQRS, Tarapoto 2022?.

El objetivo general del estudio es la: Mejora continua utilizando 3R, Kaizen y PQRS para mejorar la calidad del servicio en una empresa hotelera, Tarapoto 2022; por otro lado, los objetivos específicos son: (a) Diagnosticar en qué situación se encuentra la calidad de servicio en una empresa hotelera utilizando las metodologías 3R, Kaizen y PQRS; (b) Determinar los factores para mejorar la calidad de servicio en una empresa hotelera utilizando las metodologías 3R, Kaizen y PQRS; (c) elaborar un proceso de buenas prácticas ambientales utilizando las 3 R a fin de garantizar el cuidado del medioambiente, (d) Implementar programas de talleres de liderazgo y trabajo en equipo para mejorar la satisfacción del cliente mediante la metodología Kaizen, (e) Proponer capacitaciones de gestión de quejas y sugerencias utilizando la metodología PQRS.

II. MÉTODO

2.1 Enfoque, tipo, diseño, sintagma y métodos

Sampieri et al. (2014), la **investigación mixta** no es suplir a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar los dos tipos de investigación, combinándolas y procurando reducir sus debilidades potenciales. Asimismo, Giráldez (2010) afirma que, la investigación mixta emplea la incorporación de procedimientos por medio de un proceso que recolecta, examina y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo análisis o estudio. Por último, Gómez (2006) indica que, este procedimiento representa el máximo nivel de incorporación o conjunción entre los enfoques cualitativos y cuantitativos. Los dos se entremezclan o combinan a lo largo del proceso de indagación, o por lo menos, en la mayor parte de sus fases. Necesita de un óptimo desempeño de ambos enfoques y una mentalidad flexible. Añade dificultad al diseño de análisis; pero contempla cada una de los beneficios de todos los enfoques. Es decir, la presente investigación se realizó el enfoque mixto, donde se recibió información de análisis cuantitativo de 47 colaboradores, entrevistas a tres informantes de la empresa.

Para Mora et al. (2016) determinan que, la indagación **proyectiva** generalmente, busca entablar cómo tienen que ser las cosas, trata sobre la manera viable de contestar a una problemática o al estudio de una situación definida. Por su parte, Malhotra (2004) infiere que, la indagación proyectiva es una manera de preguntar indirecta y no organizada que alienta a los encuestados a proyectar sus motivaciones, creencias, reacciones o sentimientos implícitos referente a los temas de interés. Por lo que el tipo de averiguación proyectiva indagara propuestas para mejorar los múltiples aspectos del problema que está en la organización.

Carhuancho et al. (2019), el **explicativo secuencial**, describe las características cuantitativas, obteniendo información a través de la documentación y de la investigación, así mismo recopila y evalúa datos cualitativos de otras partes. Así mismo, se triangula para obtener el resultado.

Para Carhuancho et al. (2019), mencionan que, **sintagma holístico** es determinada como la comprensión crítica reflexiva del ámbito que posibilita una perspectiva extensa de todo el mundo y de la vida, a partir de una visión integradora con hincapié en la trascendencia. Asimismo, para

Hurtado (2000), la indagación holística labora los procesos que deben ver con el invento, formulación de propuestas nuevas, con la explicación y la categorización, estima la construcción de teorías y modelos, la indagación acerca del futuro, la aplicación práctica de resoluciones, y la evaluación de proyectos, programas y actividades sociales, entre otras cosas.

En el presente estudio, se utilizó tres métodos: analítico, deductivo, inductivo los cuales permitirán fortalecer el estudio.

Analítico: Gómez (2012), la investigación analítica consiste en descomponer las partes de un todo, con el propósito de analizar y examinar por separado para percibir la relación entre estas. Sin lugar a dudas, este procedimiento puede desarrollar un mejor análisis, así como entablar novedosas teorías. Del mismo modo, Sánchez et al., (2018) aseguran que, este Método se basa en aislar, distinguir y diferenciar los recursos de un fenómeno para lograr revisarlos ordenadamente, cada uno por separado. Finalmente, Bernal (2010) indica que, es un proceso cognoscitivo que se basa en descomponer un objeto de análisis, dividiendo todos los componentes para estudiarlas de forma individual. En resumen, en la presente investigación se utilizó el método analítico para percibir la relación entre la lógica y la experimentación del problema.

Deductivo: Gómez (2012), el método deductivo es de procedimiento racional, ya que va de lo general a lo particular. Como las conclusiones de la deducción son verdaderas, si las hipótesis de las que se originan además lo son. Por consiguiente, todo pensamiento deductivo nos conduce de lo general a lo particular. Sánchez et al., (2018) aseguran que, este método va de lo general a lo particular y de la teoría a la práctica. En la mayoría de los trabajos de indagación se utilizan métodos hipotéticos deductivos. Para finalizar, Bernal (2010) indica que, en un razonamiento analítico que va en tomar conclusiones en general para alcanzar explicaciones particulares. El procedimiento se inicia con la exploración de aplicación mundial y de comprobada validez, para ser aplicados en situaciones particulares.

Inductivo: Gómez (2012), este método parte de casos particulares que se eleva a conocimientos en general; que pasa del entendimiento de un definido nivel a un nuevo conocimiento de más grande nivel de generalización que el anterior. Sánchez et al., (2018) afirman

que, es un proceso que va de lo particular a lo general, es decir, por inducción. Para finalizar, Bernal (2010) enfatiza que, este método consiste en un razonamiento que parten de hechos particulares y se formulan conclusiones universales.

2.2 Población, muestra y unidades informantes

En el siguiente análisis de estudio se analizó a una población de 47 colaboradores de la empresa hotelera. referente a la entrevista se consideró a 3 informantes para recopilar datos e información los cuales son:

Gerente General: Licenciado en la carrera de Administración Turismo Hotelería, con conocimientos empíricos y una amplia experiencia en el área administrativa, es la propietaria de la empresa hotelera. Su edad oscila entre los 40 y 45 años.

Administrador: Técnico en la carrera en Administración de empresas, tiene conocimientos en administración, maneja un inglés intermedio; y posee conocimientos en sistemas hoteleros. Su edad oscila entre los 35 y 40 años.

Recepcionista: Técnica en Administración de Servicios Turísticos, tiene conocimientos en Atención al cliente, facturación y manejo de sistemas hoteleros. Tiene la edad entre los 28 y 30 años.

2.3 Categorías y subcategorías apriorísticas

Calidad de servicio: Es el grado en el cual un servicio satisface o sobrepasa las necesidades o expectativas que el usuario tiene respecto al servicio. Es la amplitud de la discrepancia o diferencia que exista en medio de las expectativas o anhelos de los consumidores y sus percepciones (Denton, 2004).

Tabla 1*Categorización*

Sub categorías	Indicadores	
SC1.1 Tangibles.	C1.1.1 Equipamiento de aspecto moderno	
	C1.1.2 Instalaciones físicas visualmente atractivas	
	C1.1.3 Apariencia integral de los colaboradores	
	C1.1.4 Elementos tangibles atractivos	
SC1.2 Respuesta	C1.2.1 Colaboradores comunicativos y asertivos	
	C1.2.2 Colaboradores dispuestos ayudar	
	C1.2.3 Colaboradores creativos y recursivos	
	C1.2.4 Colaboradores rápidos	
SC1.3 Empatía	C1.3.1 Atención individualizada al cliente	
	C1.3.2 Preocupación por los intereses de los clientes	
	C1.3.3 Comprensión por las necesidades de los clientes	
SC1.4 Seguridad	C1.4.1 Colaboradores que transmiten confianza	
	C1.4.2 Colaboradores amables	
	C1.4.3 Colaboradores capacitados	
	C1.4.4 Clientes seguros con su proveedor	
Categoría solución		
Mejora continua		
Subcategorías emergentes		
3R	Kaizen	PQRS

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Encuesta: Revisando los aportes de Bernal (2010), la encuesta es una técnica que permite la recolección de datos en los enfoques cuantitativos, con el fin de garantizar la confiabilidad de los datos ingresados. Ramírez y Calles (2021) afirman que, las encuestas son una técnica que permite la recolección de datos primarios a través de hacer preguntas a los encuestados, con el fin que aseguren la confiabilidad de la información ingresada. Finalmente, en el caso de García (2004), es una técnica de cuestionamiento para recolectar datos, procurando la apreciación empírica de las características

Entrevista: Acevero y López (2004) indican que, la guía de entrevista es la secuencia que llevará en la conversación y los tipos de pregunta que se deben plantear. Así, sabrá cómo desplazar la conversación para evitar que, más que una entrevista, parezca un interrogatorio. Asimismo, para León (2005), es un instrumento que posibilita hacer un trabajo reflexivo para la organización de los temas probables que se plantean en la entrevista. No constituye un protocolo estructurado de preguntas. Es una lista de tópicos temáticos y superficies en general, desde la cual se organizan los temas sobre los que tratarán en la entrevista. Finalmente, Pinilla (2008), La guía de entrevista es un formato donde están los criterios en los que se desarrolla la entrevista. Esta herramienta permite identificar los aspectos que serán evaluados.

Cuestionario: Landeau (2007) manifiesta que, el cuestionario es una herramienta que está conformada por preguntas específicas para ser contestadas verbalmente o escritas con la finalidad de recolectar datos. Asimismo, Gómez (2012), este instrumento es de gran utilidad en la investigación, porque recolecta datos que se consideran esenciales en la investigación. Finalmente, García (2004), el cuestionario es un sistema de preguntas racionales que mantienen un orden, tiene un lenguaje sencillo y comprensible para ser respondido por la persona interrogada.

Guía de entrevista: Según aportes de Acevero y López (2004) indican que, la guía de entrevista es la secuencia que llevará en la conversación y los tipos de pregunta que se deben plantear. Además, se sabrá cómo desplazar la conversación para evitar que, más que una entrevista, parezca un interrogatorio. De igual modo, para León (2005), es un instrumento que posibilita hacer un trabajo reflexivo para la organización de los temas probables que se plantearan en la entrevista. No constituye un protocolo estructurado de las preguntas, es más bien una lista de tópicos temáticos y superficies en general, desde la cual se organizarán los temas sobre los que tratarán en la entrevista. Finalmente, Pinilla (2008), la guía de entrevista es un formato donde están los criterios en los que se desarrolla la entrevista. Esta herramienta permite identificar los aspectos que serán evaluados.

Las fichas de validaciones de los instrumentos fueron aprobados por el asesor metodológico: David Flores Zafra; asesora temática: Zulema Ynés Hassinger Gonzales (iii); el asesor temático

Dr. Pietro Dondero Cassano, quienes validaron las encuestas por 20 preguntas y la guía de entrevista por 3 informantes, vale decir que se cumplió con el proceso de validación según el (anexo 8).

Confiabilidad de instrumento:

Se analizó los datos en la herramienta SPSS para medir la confiabilidad del alfa de Cronbach, donde indica que es confiable.

Tabla 2

Nivel de confiabilidad para Alfa Cronbach

Alfa de Cronbach	N de elementos
,972	18

Plan de Procesamiento y análisis de datos

Para Sánchez et al. (2018), el método de triangulación es el uso de diversas fuentes o tácticas en el análisis de un mismo fenómeno. Táctica que se aplica en la averiguación cualitativa para intentar de generalizar y confirmar los hallazgos, realizando una conjunción de diversos acercamientos referidos a un mismo fenómeno. Asimismo, Ñaupas et al. (2014) afirman que, este procedimiento es el más distinguido y se usa una vez que se pretende confirmar o verificar resultados y hacer una validación cruzada entre datos cualitativos y cuantitativos, así como aprovechar los beneficios de cada enfoque y reducir sus desventajas o debilidades. Este método es un complemento primordial a la investigación porque le brinda un mayor conocimiento al investigador.

Procedimiento Cualitativo

Paso 1: Se procederá a formular el cuestionario.

Paso 2: Se procederá a realizar la encuesta mediante Google formularios a los 47 trabajadores del área administrativa y recepción.

Paso 3: Se consolidarán los datos de los 47 encuestados y se procesará en la herramienta SPSS v.26

Paso 4: Se conseguirán los resultados mediante las tablas y gráficos, incluyendo el Pareto de los problemas más críticos.

Paso 5: Se efectuará la interpretación de los resultados por intermedio de la estadística descriptiva.

Procedimiento Cualitativo

Paso 1: Se realizará la elaboración de la guía de entrevista.

Paso 2: Se ejecutará la aplicación de entrevista mediante sesión virtual a los 3 informantes de la empresa

Paso 3: Los resultados obtenidos de los trabajadores se trasladó a documento Word y se analizó la información en el proyecto de ATLAS.TI

Paso 4: Se determinará la construcción de las redes con las subcategorías e indicadores.

Paso 5: triangularemos usando las categorías

2.5 Aspectos éticos

Se aplicó los estilos APA v- 07 y Turnitin, para la redacción del trabajo de investigación, se utilizó como población y muestra a 47 colaboradores para la muestra se tomó a las unidades informantes (gerente general, administrador, recepcionista) por último, para el estudio se trabajó los resultados adquiridos de los trabajadores entrevistados.

III. RESULTADOS

3.1 Descripción de resultados cuantitativos

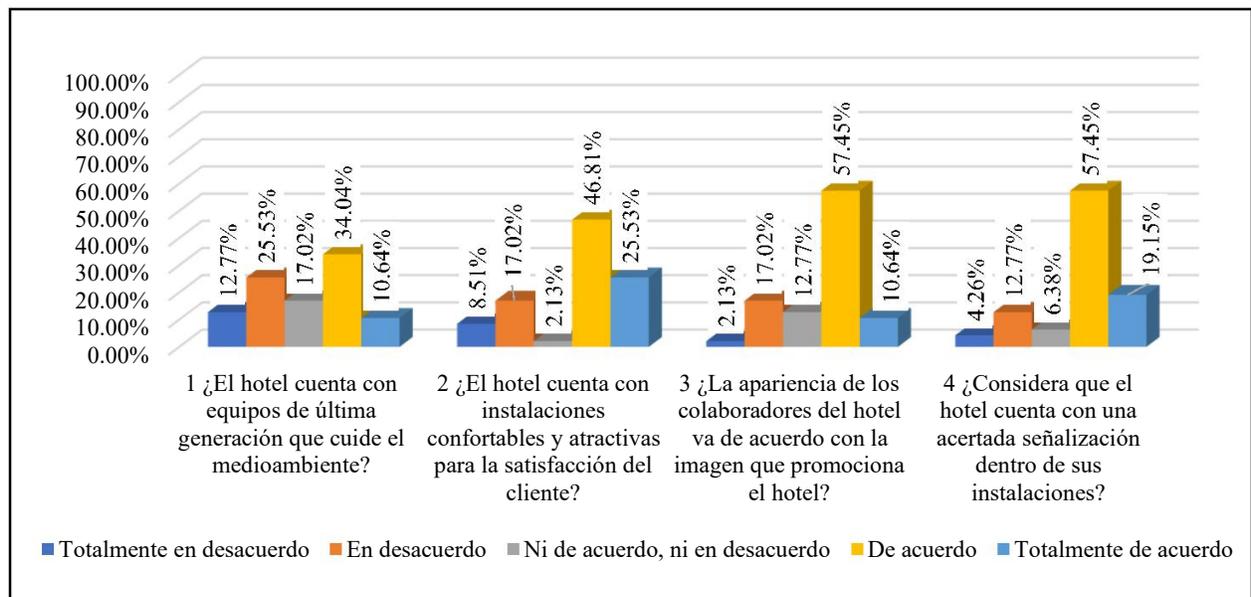
Tabla 3

Frecuencias y porcentajes de la subcategoría tangibilidad

Ítems	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
	1 ¿El hotel cuenta con equipos de última generación que cuide el medioambiente?	6	12.77%	12	25.53%	8	17.02%	16	34.04%	5
2 ¿El hotel cuenta con instalaciones confortables y atractivas para la satisfacción del cliente?	4	8.51%	8	17.02%	1	2.13%	22	46.81%	12	25.53%
3 ¿La apariencia de los colaboradores del hotel va de acuerdo con la imagen que promociona el hotel?	1	2.13%	8	17.02%	6	12.77%	27	57.45%	5	10.64%
4 ¿Considera que el hotel cuenta con una acertada señalización dentro de sus instalaciones?	2	4.26%	6	12.77%	3	6.38%	27	57.45%	9	19.15%

Figura 2

Frecuencias y porcentajes de la sub categoría tangibilidad



De acuerdo en la tabla 2 y figura 2, se aprecia que los valores “De acuerdo” predomina sobre la pregunta 4, el cual hace referencia a que ¿Considera que el hotel cuenta con una acertada señalización dentro de sus instalaciones?, es decir que, un 57.45% aproximadamente que corresponde a un total de 47 trabajadores afirman que la empresa se preocupa por cumplir con todos los sistemas de seguridad para salvaguardar a sus clientes y puedan disfrutar de las instalaciones del hotel. Es decir, que existen 27 trabajadores que ayudan a la empresa en mantener estas señalizaciones visibles, claras y que den el mensaje correcto a los huéspedes. Asimismo, se observa que el valor “Totalmente en desacuerdo” “En desacuerdo” y “ni de acuerdo, ni en desacuerdo” representa un 55.32% sobre la pregunta 1 ¿El hotel cuenta con equipos de última generación que cuide el medioambiente?, es decir que existe una disconformidad de un total de 26 trabajadores debido a que, no existe compromiso con el cuidado del medio ambiente de la organización. En resumen, de no concientizarse o asuman un rol participativo y se impliquen en las medidas de protección ambiental, los trabajadores no estarán motivados en cumplir con sus labores y también generará una mala imagen pública.

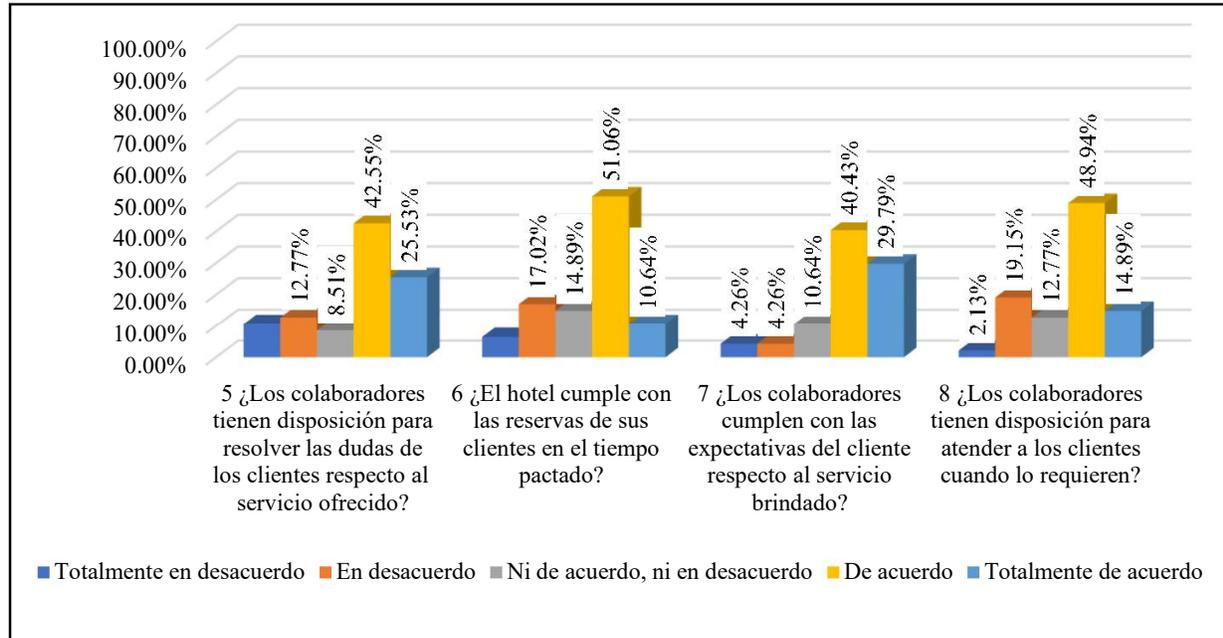
Tabla 4

Frecuencias y porcentajes de la subcategoría capacidad de respuesta.

Ítems	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
5 ¿Los colaboradores tienen disposición para resolver las dudas de los clientes respecto al servicio ofrecido?	5	10.64%	6	12.77%	4	8.51%	20	42.55%	12	25.53%
6 ¿El hotel cumple con las reservas de sus clientes en el tiempo pactado?	3	6.38%	8	17.02%	7	14.89%	24	51.06%	5	10.64%
7 ¿Los colaboradores cumplen con las expectativas del cliente respecto al servicio brindado?	2	4.26%	2	4.26%	5	10.64%	19	40.43%	14	29.79%
8 ¿Los colaboradores tienen disposición para atender a los clientes cuando lo requieren?	1	2.13%	9	19.15%	6	12.77%	23	48.94%	7	14.89%

Figura 3

Frecuencias y porcentajes de la subcategoría capacidad de respuesta



En la tabla 3 y figura 3, se aprecia que el valor “De acuerdo” con respecto a la pregunta 6, el cual hace referencia a que ¿El hotel cumple con las reservas de sus clientes en el tiempo pactado?, es decir que, un 51% aproximadamente que corresponde a un total de 47 trabajadores afirman que el hotel cumple con los horarios pactados con los clientes sobre sus reservaciones. En otras palabras, un total de 24 trabajadores cumple y afirman que el hotel respeta las reservas y la entrega de las habitaciones operativas para el disfrute de los nuevos huéspedes y están preparados antes de su arribo al hotel.

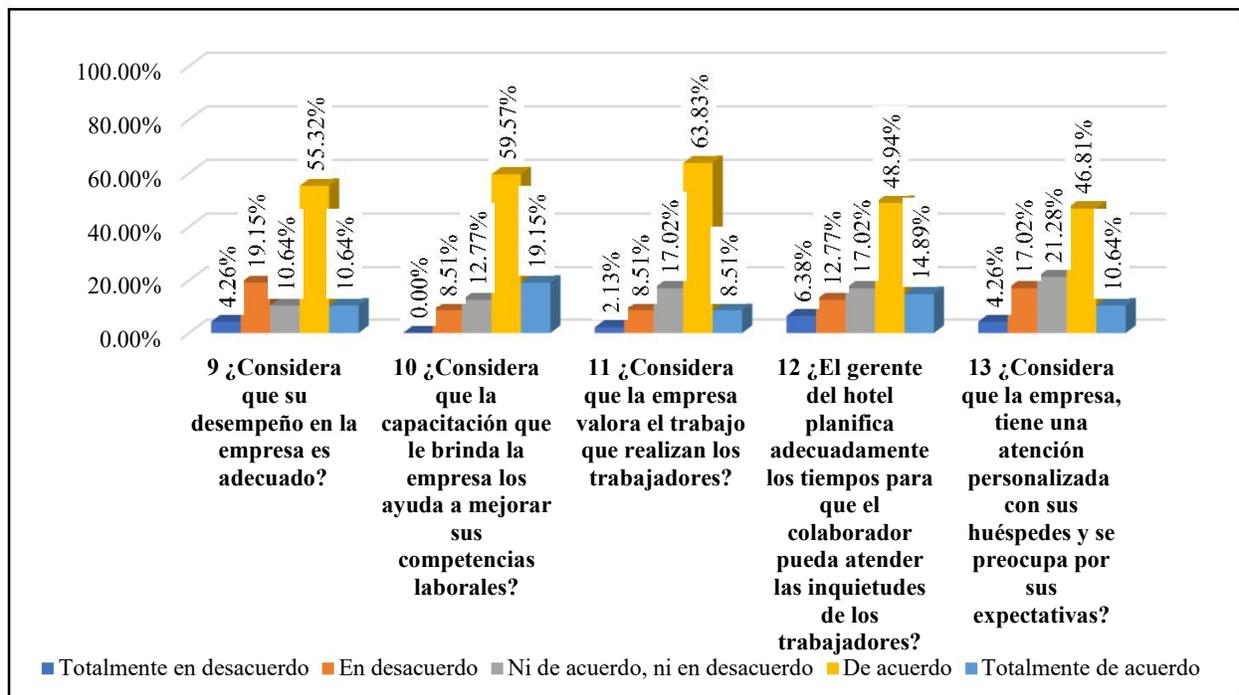
En el mismo contexto, se observa que el valor “Totalmente en desacuerdo” “En desacuerdo” y “ni de acuerdo, ni en desacuerdo” representa un 34% sobre la pregunta 8 ¿Los colaboradores tienen disposición para atender a los clientes cuando lo requieren?, es decir que existe una disconformidad de un total de 18 trabajadores debido a que, no existe un cronograma para que los trabajadores puedan atender las solicitudes o inquietudes de los clientes, de no dar solución esto influirá en el prestigio de la empresa ante sus clientes y ocasionara una molestia en los clientes, como también la pérdida de los futuros clientes y de los clientes frecuentes.

Frecuencias y porcentajes de la subcategoría empatía

Ítems	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
9 ¿Considera que su desempeño en la empresa es adecuado?	2	4.26%	9	19.15%	5	10.64%	26	55.32%	5	10.64%
10 ¿Considera que la capacitación que le brinda la empresa los ayuda a mejorar sus competencias laborales?	0	0.00%	4	8.51%	6	12.77%	28	59.57%	9	19.15%
11 ¿Considera que la empresa valora el trabajo que realizan los trabajadores?	1	2.13%	4	8.51%	8	17.02%	30	63.83%	4	8.51%
12 ¿El gerente del hotel planifica adecuadamente los tiempos para que el colaborador pueda atender las inquietudes de los trabajadores?	3	6.38%	6	12.77%	8	17.02%	23	48.94%	7	14.89%
13 ¿Considera que la empresa, tiene una atención personalizada con sus huéspedes y se preocupa por sus expectativas?	2	4.26%	8	17.02%	10	21.28%	22	46.81%	5	10.64%

Figura 4

Frecuencias y porcentajes de la subcategoría empatía



En la tabla 4 y figura 4, se aprecia que el valor “De acuerdo” con respecto a la pregunta 11, el cual hace referencia a que ¿Considera que la empresa valora el trabajo que realizan los trabajadores?, es decir que, un 63% aproximadamente que corresponde a un total de 47 trabajadores afirman que la empresa se preocupa por sus trabajadores y les facilita todas las herramientas para que puedan trabajar. En otras palabras, un total de 30 trabajadores sienten que la empresa valora su desempeño, ocasionando un rendimiento eficaz dentro del hotel. Asimismo, se observa que el valor “Totalmente en desacuerdo” “En desacuerdo” y “ni de acuerdo, ni en desacuerdo” representa un 35% sobre la pregunta 13 ¿Considera que la empresa, tiene una atención personalizada con sus huéspedes y se preocupa por sus expectativas?, es decir que existe una disconformidad de un total de 20 trabajadores debido a que, no existe un servicio personalizado para los clientes y puedan atender las solicitudes e inquietudes de los clientes. Esto genera la incomodidad del huésped que hace que se lleve una mala experiencia del servicio.

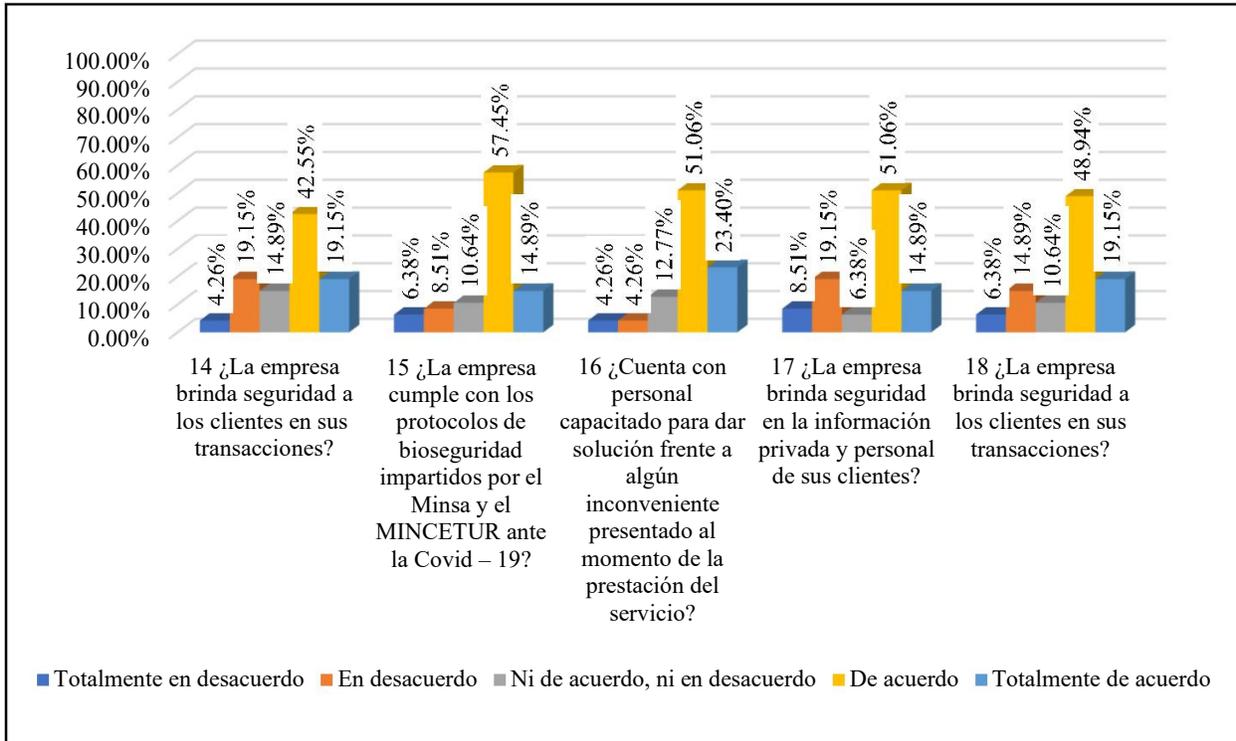
Tabla 6

Frecuencias y porcentajes de la subcategoría seguridad

Ítems	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Ni de acuerdo, ni en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
14 ¿La empresa brinda seguridad a los clientes en sus transacciones?	2	4.26%	9	19.15%	7	14.89%	20	42.55%	9	19.15%
15 ¿La empresa cumple con los protocolos de bioseguridad impartidos por el Minsa y el MINCETUR ante la Covid – 19?	3	6.38%	4	8.51%	5	10.64%	27	57.45%	7	14.89%
16 ¿Cuenta con personal capacitado para dar solución frente a algún inconveniente presentado al momento de la prestación del servicio?	2	4.26%	2	4.26%	6	12.77%	24	51.06%	11	23.40%
17 ¿La empresa brinda seguridad en la información privada y personal de sus clientes?	4	8.51%	9	19.15%	3	6.38%	24	51.06%	7	14.89%
18 ¿La empresa brinda seguridad a los clientes en sus transacciones?	3	6.38%	7	14.89%	5	10.64%	23	48.94%	9	19.15%

Figura 5

Frecuencias y porcentajes de la subcategoría seguridad



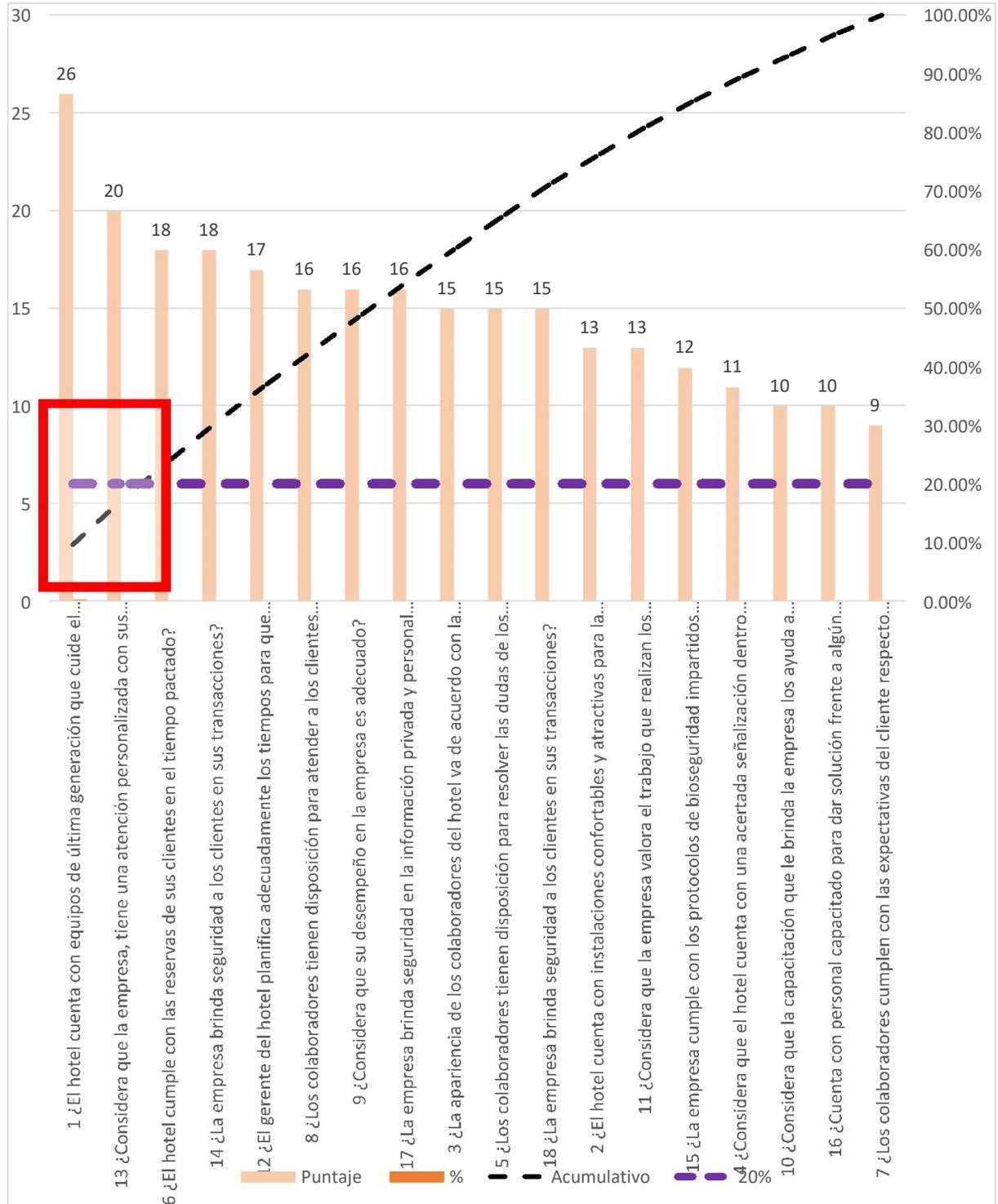
En la tabla 5 y figura 5, se aprecia que el valor “De acuerdo” con respecto a la pregunta 15, el cual hace referencia a que ¿La empresa cumple con los protocolos de bioseguridad impartidos por el Minsa y el MINCETUR ante la Covid – 19?, es decir que, un 57.45% aproximadamente que corresponde a un total de 47 trabajadores afirman que la empresa cumple con los protocolos de bioseguridad ante la covid-2019 y siguen todos los procedimientos para salvaguardar la seguridad de sus clientes. A saber, que un total de 27 trabajadores cumplen dentro de la empresa con los protocolos y cuidados establecidos por el Minsa para salvaguardar la salud de los clientes. De igual manera, se observa que el valor “Totalmente en desacuerdo” “En desacuerdo” y “ni de acuerdo, ni en desacuerdo” representa un 38% sobre la pregunta 14 ¿La empresa brinda seguridad a los clientes en sus transacciones?, es decir que existe una disconformidad de un total de 18 trabajadores debido a que, a los clientes no se les facilita la seguridad al momento de hacer sus transacciones porque no dispone de cuentas interbancarias para realizar los pagos. Esto ocasiona que los trabajadores pierdan clientes y la empresa no se vea confiable al momento de realizar los pagos ante sus clientes.

Tabla 7*Pareto de la categoría calidad de servicio*

Ítem	Puntaje	%	Acumulativo	20%
1 ¿El hotel cuenta con equipos de última generación que cuide el medioambiente?	26	9.63%	9.63%	20%
13 ¿Considera que la empresa, tiene una atención personalizada con sus huéspedes y se preocupa por sus expectativas?	20	7.41%	17.04%	20%
6 ¿El hotel cumple con las reservas de sus clientes en el tiempo pactado?	18	6.67%	23.70%	20%
14 ¿La empresa brinda seguridad a los clientes en sus transacciones?	18	6.67%	30.37%	20%
12 ¿El gerente del hotel planifica adecuadamente los tiempos para que el colaborador pueda atender las inquietudes de los trabajadores?	17	6.30%	36.67%	20%
8 ¿Los colaboradores tienen disposición para atender a los clientes cuando lo requieren?	16	5.93%	42.59%	20%
9 ¿Considera que su desempeño en la empresa es adecuado?	16	5.93%	48.52%	20%
17 ¿La empresa brinda seguridad en la información privada y personal de sus clientes?	16	5.93%	54.44%	20%
3 ¿La apariencia de los colaboradores del hotel va de acuerdo con la imagen que promociona el hotel?	15	5.56%	60.00%	20%
5 ¿Los colaboradores tienen disposición para resolver las dudas de los clientes respecto al servicio ofrecido?	15	5.56%	65.56%	20%
18 ¿La empresa brinda seguridad a los clientes en sus transacciones?	15	5.56%	71.11%	20%
2 ¿El hotel cuenta con instalaciones confortables y atractivas para la satisfacción del cliente?	13	4.81%	75.93%	20%
11 ¿Considera que la empresa valora el trabajo que realizan los trabajadores?	13	4.81%	80.74%	20%
15 ¿La empresa cumple con los protocolos de bioseguridad impartidos por el Minsa y el MINCETUR ante la Covid – 19?	12	4.44%	85.19%	20%
4 ¿Considera que el hotel cuenta con una acertada señalización dentro de sus instalaciones?	11	4.07%	89.26%	20%
10 ¿Considera que la capacitación que le brinda la empresa los ayuda a mejorar sus competencias laborales?	10	3.70%	92.96%	20%
16 ¿Cuenta con personal capacitado para dar solución frente a algún inconveniente presentado al momento de la prestación del servicio?	10	3.70%	96.67%	20%
7 ¿Los colaboradores cumplen con las expectativas del cliente respecto al servicio brindado?	9	3.33%	100.00%	20%

Figura 6

Pareto de la categoría calidad de servicio



En el análisis del Pareto, se determinó utilizando la tabla 5 y figura 5 sobre la pregunta 1. ¿El hotel cuenta con equipos de última generación que cuide el medioambiente? Según el análisis de Pareto, se determinó que un 9.63% que en el acumulado se obtiene un 23.70 % del total de preguntas formuladas en las escalas de totalmente en desacuerdo, desacuerdo, ni de acuerdo y ni en desacuerdo, por lo tanto, se considera que la empresa no prioriza el cuidado del medio ambiente en su establecimiento, por ende, afecta a su imagen pública ante la comunidad y a sus trabajadores que priorizan el cuidado ambiental de su entorno que habitan.

La segunda pregunta crítica fue la número 13. ¿Considera que la empresa, tiene una atención personalizada con sus huéspedes y se preocupa por sus expectativas?, donde el análisis de Pareto manifiesta que se encuentra un 14.04% de punto crítico en correlación al 23.70%; es decir que en la empresa no brinda una atención personalizada a sus clientes. Por tanto, el servicio debe ser personalizado, anticipándose a las necesidades para satisfacer las expectativas de los clientes.

La tercera pregunta señalada por el Pareto fue la número 6. ¿El hotel cumple con las reservas de sus clientes en el tiempo pactado? donde manifiesta que se encuentra 23.70% nos indica que no cumplen con las reservas en el horario establecido, es recomendable buscar alternativas de solución o algún programa hotelero para poder mejorar la comunicación entre las áreas y evitar posibles pérdidas de clientes.

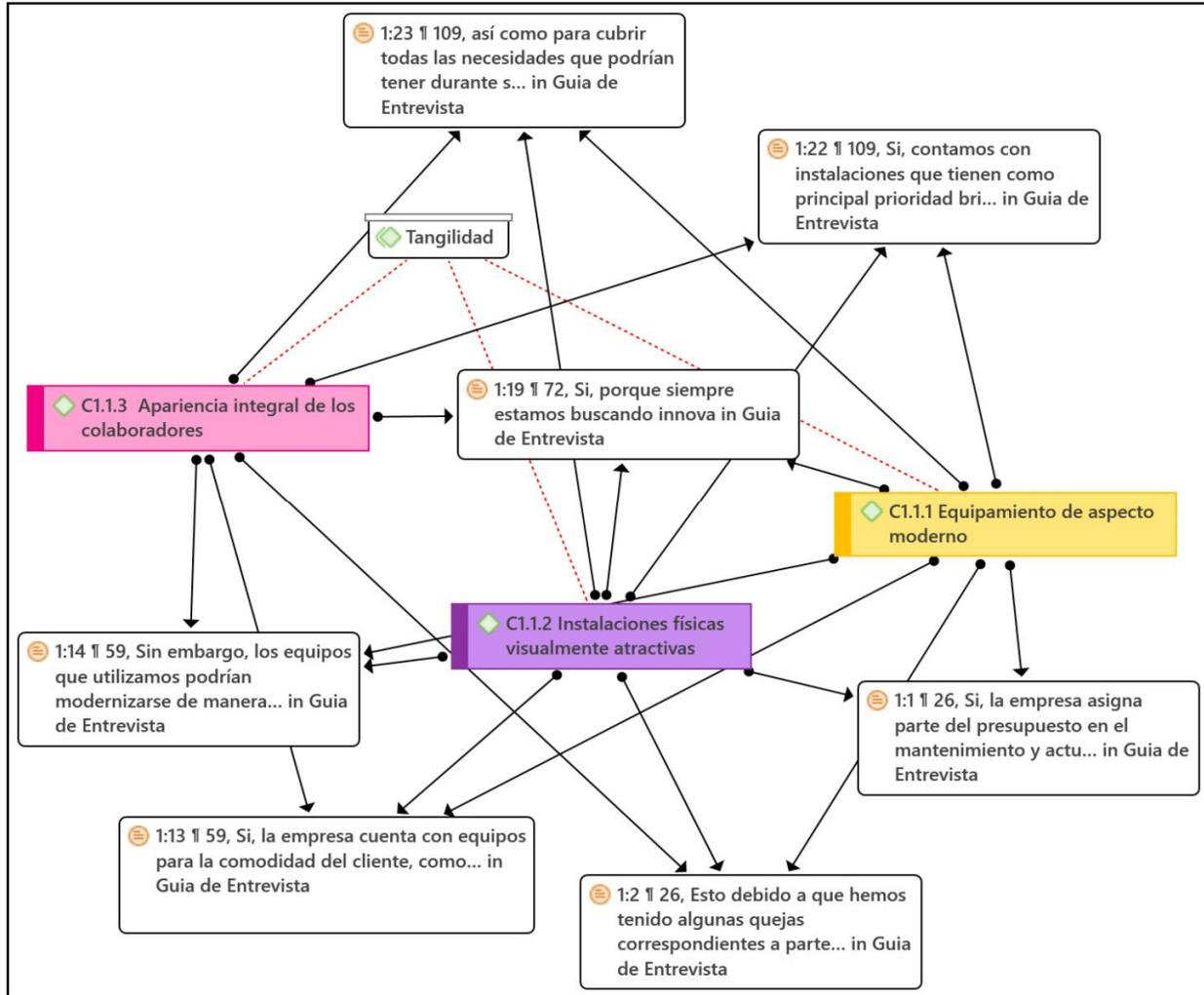
De igual forma, la pregunta número 14. ¿La empresa brinda seguridad a los clientes en sus transacciones? es crítico igual que las anteriores donde se encuentra un 30.37%, por lo tanto, se debe proponer que la empresa implemente diferentes tipos de medio de pagos que sean bancarizados con su empresa; esto permitirá a los clientes tener tranquilidad a la hora de pagar por los servicios prestados.

En conclusión, gracias a los resultados obtenidos es de suma importancia el considerar los puntos más resaltantes y críticos, para que se planteen propuestas de mejora y con ello la empresa buscará conseguir mejoras sus indicadores de calidad de servicio; lo que a largo plazo repercutirá en mejoras en los indicadores de calidad de servicio.

3.2 Descripción de resultados cualitativos

Figura 7

Análisis cualitativo de la subcategoría tangibilidad

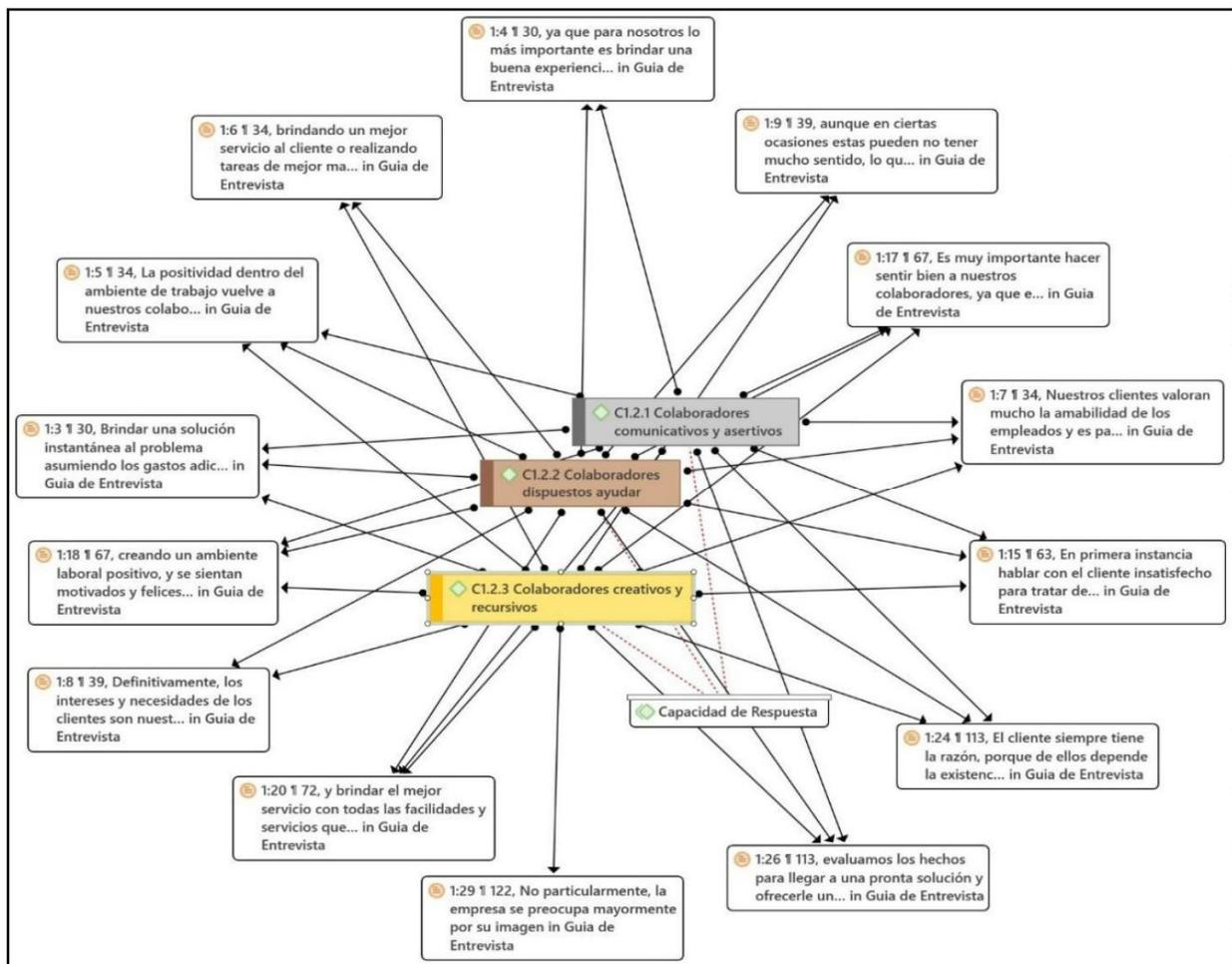


Con respecto a la subcategoría tangibilidad, esta guarda relación con los indicadores: equipamiento de aspecto moderno, instalaciones físicas visualmente atractivas, apariencia integral de los colaboradores. Para esta subcategoría, tanto el gerente general, administrador y recepcionista están de acuerdo con que la empresa se preocupa por el estado de las habitaciones para los huéspedes. Sin embargo, el administrador considera que los equipos utilizados actualmente no son muy modernos y que podrían ser reemplazados con unos equipos más eco amigables, ya que los utilizados actualmente suelen utilizar más recursos o generar más desperdicios que tecnologías

más modernas. De igual manera, el gerente general indica que la preocupación por el estado de las instalaciones viene de quejas que se presentaron anteriormente por parte de los clientes referentes a la apariencia gastada de esta, mostrando una falta de capacidad de prever problemas. Concluyendo de estas encuestas podemos observar que la empresa actualmente no cuenta con una conciencia ambiental adecuada para el tipo de negocio que realizan, teniendo en cuenta la naturaleza del área donde realiza sus actividades, al igual que una falta de visión futura para adelantarse a los reclamos de los clientes. De no hacer las mejoras en su establecimiento esto afectaría a su imagen pública antes los clientes y de la comunidad de la zona.

Figura 8

Análisis cualitativo de la sub categoría capacidad de respuesta

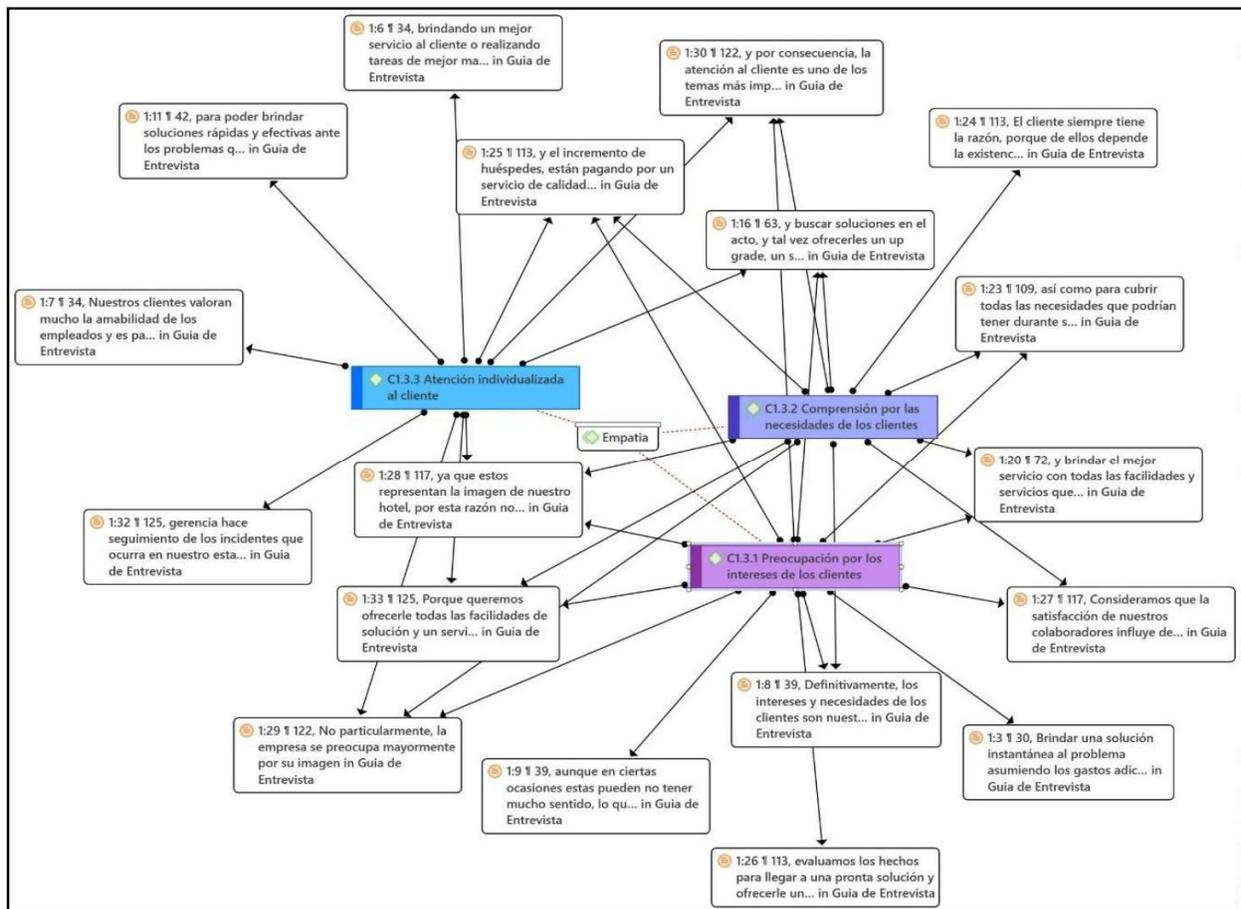


Con respecto a la subcategoría de capacidad de respuesta, esta guarda relación con los indicadores: colaboradores comunicativos y asertivos, colaboradores dispuestos a ayudar y colaboradores

creativos y recursivos. Con respecto a esto, tanto el gerente general como la recepcionista indican que la empresa es la encargada de facilitar una solución instantánea cumpliendo con las necesidades que indique el cliente, ya que ellos trabajan bajo una filosofía de que el cliente siempre tiene la razón. Sin embargo, el administrador, tiene un enfoque algo diferente ante esta pregunta, indicando que lo más importante es la comunicación del trabajador con el cliente con el objetivo de darle una solución al problema, lo que es importante para obtener una retroalimentación del problema y poder dar solución al problema de una manera más efectiva. De no dar las soluciones en el tiempo establecido se generaría una mala imagen y la pérdida de clientes.

Figura 9

Análisis cualitativo de la sub categoría empatía

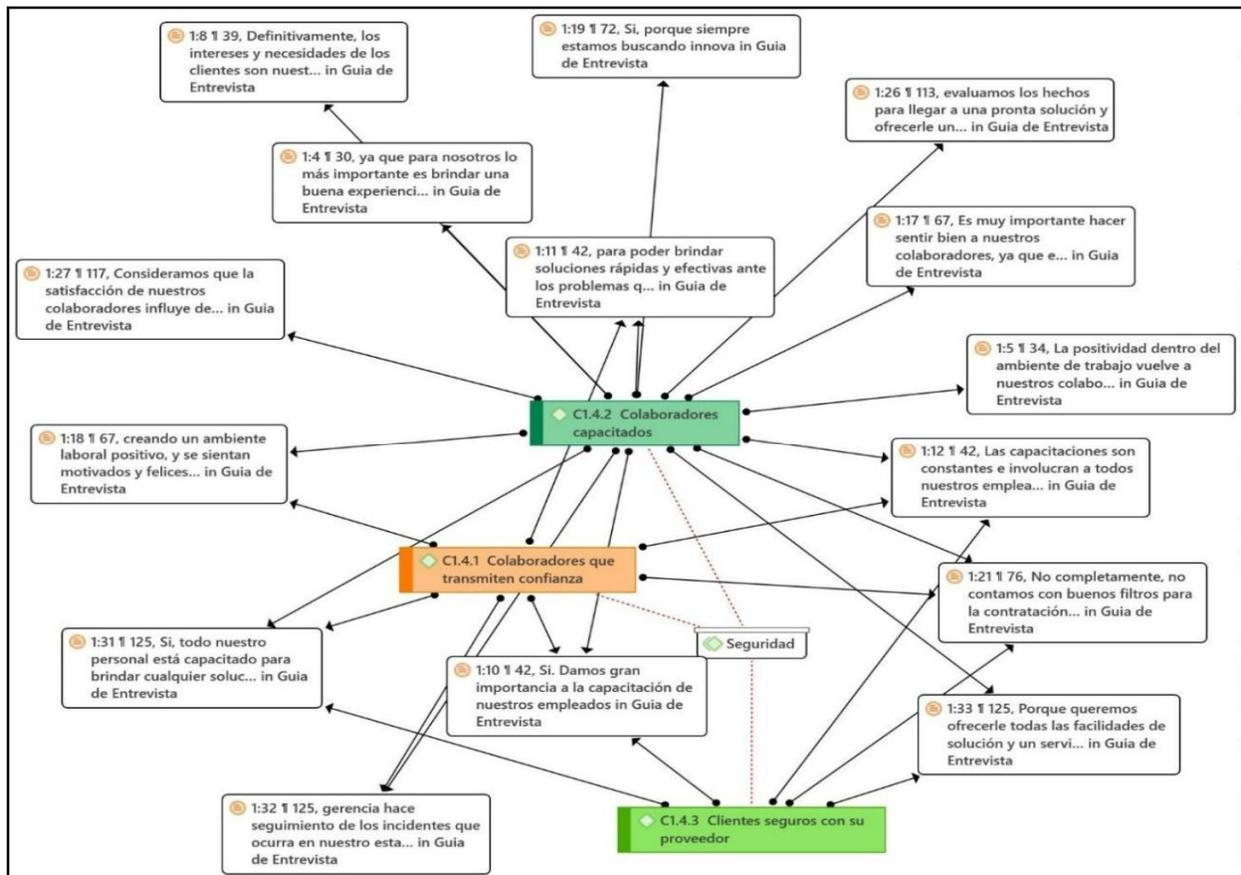


En cuanto a la subcategoría empatía, esta se relaciona con tres indicadores: preocupación por los intereses de los clientes, comprensión por las necesidades de los clientes y atención individualizada al cliente. Con relación a este aspecto, podemos identificar un especial enfoque al ambiente laboral

por parte del gerente general y el administrador, indicando que el hecho de que los colaboradores se sientan bien y contentos con su ambiente de trabajo se ve reflejado en el trato que les dan a sus clientes y en la manera en cómo realizan sus actividades. Sin embargo, la recepcionista tiene un punto de vista más material, ya que para ella lo importante es solo cubrir las necesidades de los trabajadores, dejando de lado la importancia del ambiente laboral. Este punto de vista podría justificarse con que la recepcionista, al tener un trabajo más relacionado a la atención al cliente que el gerente general o el administrador, percibe que puede realizar mejor su trabajo y brindar una atención más agradable cuando cuenta con los recursos necesarios para su trabajo, brindándole más importancia a eso que al ambiente laboral. De persistir este problema en el ambiente laboral de las diferentes áreas del hotel, se verá reflejado en la atención que brindan al cliente.

Figura 10

Análisis cualitativo de la sub categoría seguridad



Como última subcategoría en este estudio tenemos la seguridad, que comprende de los siguientes indicadores: colaboradores que infunden confianza, colaboradores capacitados y clientes seguros

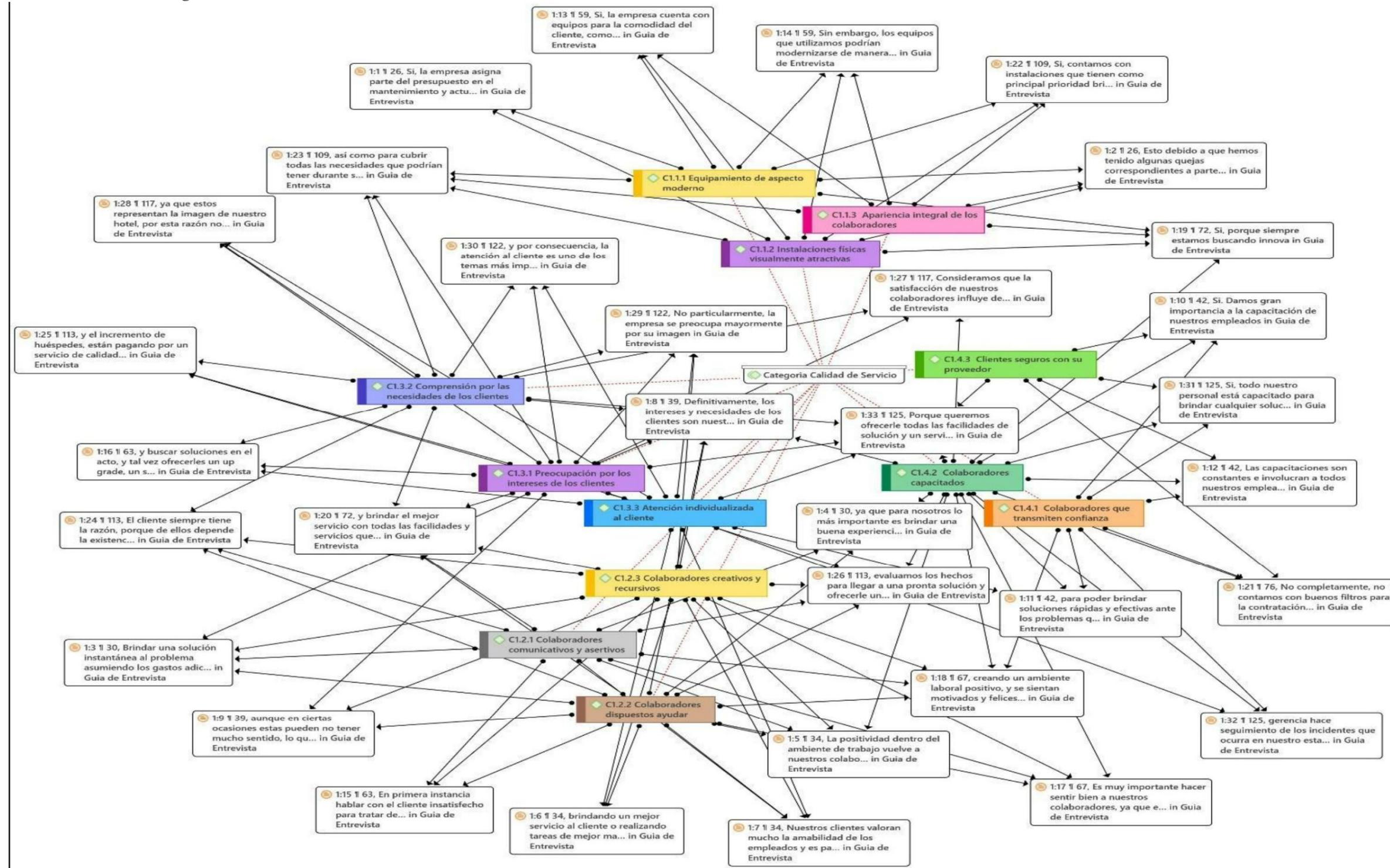
con su proveedor. Con respecto a los colaboradores que transmiten confianza, se busca crear una imagen de confianza para el cliente, la preocupación de los trabajadores por las necesidades del cliente, basándose más que nada en la capacidad de atención y resolver problemas de los colaboradores, esperando que estos den una imagen profesional y segura para todo cliente que ingrese. Con respecto a esto, tanto el gerente general como la recepcionista indican que para ellos es muy importante capacitar a sus empleados, lo que se cumple con constantes capacitaciones para sus colaboradores, sin embargo, el administrador comenta que los colaboradores no están completamente capacitados, ya que estos no son contratados teniendo en cuenta sus capacidades, sino que para solucionar las deficiencias de estos se plantea la capacitación constante, incurriendo en altos costos. De no realizar las capacitaciones constantes y un estudio adecuado al perfil del personal a contratar, la calidad de servicio se verá afectada, los trabajadores no estarán capacitados para enfrentar los problemas en el momento que ocurren, también habrá pérdida de clientes y reducción de ingresos.

La empresa tiene un enfoque muy grande en la atención y la experiencia del cliente, por lo que muchas de las soluciones a los problemas que se han encontrado han sido la capacitación de la mayoría de sus empleados y mejora de procesos relacionados a la solución de problemas y necesidades del cliente, pudiendo llegar a obviar algunos aspectos igual de importantes como el costo de sus soluciones, la desmotivación de sus trabajadores, la dificultad y el costo de capacitar a los colaboradores o algunos aspectos más contemporáneos como la salubridad de sus instalaciones para garantizar la seguridad y salud de sus clientes. Es importante que la empresa obtenga un feedback aparte de las quejas de sus clientes, teniendo métodos para obtención de ideas de mejora como encuestas al finalizar una estadía o un buzón de recomendaciones dentro del local tanto para clientes como trabajadores.

3.3 Diagnóstico

Figura 11

Análisis mixto de la categoría calidad de servicio



Analizando las encuestas y entrevistas llevadas a cabo a los trabajadores de la empresa se pudo visualizar que la empresa carece de la implementación de equipos ecológicos en su establecimiento y de brindar un servicio personalizado a sus huéspedes, como también respetar las reservas en el horario pactado con el cliente. Donde el 23.70% de los encuestados coinciden con lo mencionado anteriormente. Por otro lado, la empresa cumple con las expectativas y protocolos de atención al cliente, sin embargo, existen diferencias entre los puntos de vista, algunos teniendo diferentes opiniones con respecto al personal, la resolución de problemas y las instalaciones de la empresa. Aunque independiente de las opiniones diferentes, los entrevistados coinciden en el objetivo general de la empresa y en la importancia que el cliente tiene sobre la empresa.

Con referencia a la subcategoría de tangibilidad, se observa que en su mayoría los trabajadores de la empresa no están conformes con el manejo de los equipos que utiliza el hotel porque no son ecológicos para el cuidado del medio ambiente y ello se ve reflejado en la motivación del trabajador y la aceptación del cliente, donde el valor “Totalmente en desacuerdo” “En desacuerdo” y “ni de acuerdo, ni en desacuerdo” representa un 55.32%. Este problema es de gran importancia resolver, ya que por la zona en donde está ubicado el negocio, la conciencia ambiental es muy importante para la preservación del paisaje natural y la Amazonía peruana. Asimismo, en la entrevista el gerente general manifiesta que, la finalidad de la empresa es tener a los clientes siempre felices y mejor aún en un ambiente en el que puedan relajarse y se lleven buena experiencia. Se identifica un esfuerzo especial de la empresa en hacer que el servicio tenga apariencia premium y moderno invirtiendo considerablemente en la infraestructura, equipos y apariencia del personal dentro de las instalaciones considerando estos equipos modernos que generan gran desperdicio y contaminación. Para optimizar la problemática podría ser importante aplicar la teoría de la modernización como manifiesta Donald Cowgill y Lowell Holmes (1972), citado por Robledo y Orejuela (2020), quienes relacionan el grado de modernización de las sociedades con el papel que juegan para ellas las personas mayores, argumentan que una mayor modernización conduce a un deterioro del valor social de estas personas. Este fenómeno se atribuye a que sus funciones cognitivas y sociales, apreciadas en las sociedades preindustriales y agrícolas, han sido sustituidas por la urbanización, la industrialización y la burocracia, lo que ha llevado a aumentar el tiempo de ocio, la tecnología y el nivel educativo de las nuevas generaciones.

Para la subcategoría de capacidad de respuesta, se pudo evidenciar en las encuestas realizadas a los trabajadores que no tienen la disposición para atender a los clientes cuando lo requieran o ante alguna necesidad, esto influirá en la incomodidad de los clientes y de los trabajadores, donde el valor “Totalmente en desacuerdo” “En desacuerdo” y “ni de acuerdo, ni en desacuerdo” representa un 34%. Este problema tiene mucha relevancia, ya que no existe un cronograma para que los trabajadores puedan atender las solicitudes de los clientes, lo que influirá en la pérdida de clientes. De igual manera, en la entrevista el administrador menciona que, en su mecanismo de contingencia frente a un cliente que no está satisfecho con el servicio lo que realizan en primera instancia es hablar con el cliente insatisfecho para tratar de solucionar el problema y buscar soluciones en el acto, y tal vez ofrecerles un up grade, un servicio extra. La empresa considera importante que sus colaboradores se encuentren debidamente capacitados para atacar los problemas más recurrentes del trabajo. Sin embargo, las capacitaciones constantes suelen tener un costo constante además de requerir mucho tiempo que debe ser tomado en horas de trabajo. Para esto otras soluciones como la creación de un manual de procedimientos sería un gran complemento para aquellas veces que realizar capacitaciones esté fuera del presupuesto o del cronograma. Teniendo en cuenta a Rojas y Madero (2018), en su teoría de relaciones humanas, hace hincapié en el aspecto social de las organizaciones. Su interés por el desarrollo personal y profesional de los trabajadores además de la búsqueda del beneficio económico a través del desempeño de su trabajo, y su objetivo de integrarse en la gestión pensando en creer que los trabajadores merecen ser tratados con respeto y dignidad, además de la capacidad de tomar decisiones y participar activamente en la organización.

Con respecto a la subcategoría empatía, se puede observar que la empresa no tiene una atención personalizada con sus huéspedes y no se preocupan por sus expectativas ocasionando la incomodidad del huésped que hace que se lleve una mala experiencia del servicio brindado. Donde el valor “Totalmente en desacuerdo” “En desacuerdo” y “ni de acuerdo, ni en desacuerdo” representa un 35% que los trabajadores están disconformes porque no existe un servicio personalizado para los clientes y puedan atender las solicitudes e inquietudes de los clientes. Asimismo, en la entrevista realizada al administrador menciona que, la empresa si se preocupan por personalizar su servicio y siempre están buscando innovar para brindar calidad en su servicio a sus huéspedes. De igual manera, la recepcionista indica que, la organización si se preocupa en

brindar un servicio personalizado, pero no ejecuta capacitaciones constantes a su personal para brindar una calidad de servicio. Algunas de las soluciones que presenta con el objetivo de garantizar la satisfacción del cliente suelen ser algo costosas para la magnitud del problema, ya que ofrecen upgrades o servicios adicionales cada vez que uno de sus clientes decide quejarse. La mejor manera de evitar estos gastos es eliminar los potenciales errores, y la mejor manera de hacerlo es obteniendo feedback directo de sus clientes, no solo de aquellos insatisfechos, sino obtener ideas de mejora a través de encuestas cortas de satisfacción. Según Chiavenato (2006), citado por Alvares (2020), en la teoría de sistemas realiza principios unificados con el objetivo de que los recursos estén integrados, ello ayudaría a la organización a integrar sus procesos para que se encuentren involucrados y se pueda facilitar un servicio de calidad para un enfoque exclusivo que podría ser la satisfacción del consumidor para de esta forma conseguir la fidelización.

Refiriéndonos a la subcategoría de seguridad, se pudo verificar que la empresa no brinda seguridad a sus huéspedes al momento de realizar sus pagos, ya que no disponen de cuentas interbancarias u otros medios de pagos a nombre de la empresa y esto conlleva que los trabajadores pierdan clientes y la empresa no se vea confiable al momento de realizar los pagos ante sus clientes. Donde el valor “Totalmente en desacuerdo” “En desacuerdo” y “ni de acuerdo, ni en desacuerdo” representa un 38% de la disconformidad. Del mismo modo, en la entrevista realizada a la recepcionista indica que, todo el personal está capacitado para brindar cualquier solución a los clientes y a su vez la gerencia hace seguimiento de los incidentes que ocurra en el establecimiento. La empresa no cuenta con enfoque muy orientado a procesos, obviando algunos aspectos que podrían ser considerados de alta importancia en los aspectos de protocolos de seguridad y salubridad, la falta de filtros al momento de la contratación del personal. Esta falta de filtros en las contrataciones se ve reflejado en la constante capacitación que tiene que realizar la empresa a sus colaboradores, causando que la empresa incurra en mayores gastos. Según Luhmann (2000) citado por Eduardo (2019), en su teoría de Sistemas, ve a la Comunicación como el eje de toda su teoría, puesto que menciona que es ella la que tiene cada una de las características primordiales para constituirse en el inicio de la autopoiesis de los sistemas sociales.

En esta investigación se identificó las siguientes causas o diagnósticos: (a) la empresa incurre en costos muy altos con el objetivo de satisfacer al cliente, (b) la empresa no cuenta con

3.4 Propuesta de solución

3.4.1 Priorización de los problemas

Después de haber realizado la investigación cualitativa y cuantitativa, se ha encontrado tres problemas fundamentales que son: (a) Ausencia de implementación de buenas prácticas ambientales, equipos modernos y eco amigables para el cuidado del medio ambiente; (b) Ausencia de liderazgo y trabajo en equipo entre el personal y gerencia; c) Falta de un mecanismo de contingencia ante un cliente disconforme del servicio que brinda la empresa.

3.4.2 Consolidación del problema

De acuerdo al diagnóstico realizado cuantitativo y cualitativo se identificó diversos problemas que aquejan a la empresa por diversos motivos como: (a) la ausencia de implementación de buenas prácticas ambientales, equipos eco amigables según las 3 R de las buenas prácticas ambientales, debido a que, la empresa no cuenta con un manual de buenas prácticas ambientales en las diferentes áreas del hotel, al mismo tiempo no concientizan a sus colaboradores y clientes a reciclar, reutilizar y reducir para el cuidado del medio ambiente y reducción de costos; (b) falta de liderazgo y trabajo en equipo en la gestión hotelera, no realizan capacitaciones, falta de comunicación entre gerencia y trabajadores, esto trasluce un clima laboral adverso para el buen desempeño de todas las áreas del hotel, donde se ve afectado la calidad de servicio al cliente y finalmente (c) la falta de un mecanismo de contingencia ante un cliente disconforme con el servicio, esto permite que los colaborador no den una pronta solución a los problemas, generando la incomodidad del cliente y afectando el desempeño efectivo de sus funciones de los trabajadores.

3.4.3 Fundamentos de la propuesta

Esta investigación se fundamenta en tres teorías: (a) La teoría de la modernización según Bula (1995), se entiende como el proceso que conduce a las sociedades tradicionales hacia la modernidad y conduce a una serie de cambios como la urbanización, la industrialización, la racionalidad, diferenciación social, aumento del alfabetismo, extensión de los medios de comunicación, mayor control del entorno natural y social, el crecimiento económico y la división del trabajo son más complejos. La sociedad está cambiando estamos en la era de la tecnología por lo que se debería tomar en cuenta el buen uso de nuestros recursos realizando buenas prácticas ambientales; (b) Teoría general de sistemas. En este contexto, Bertoglio (2015) menciona que, es

ordenar los campos empíricos en una jerarquía de acuerdo con la complejidad de la organización de los individuos básicos o unidades de conducta y tratar de desarrollar un cierto nivel de abstracción para cada uno de estos dominios. Esta teoría permite que la empresa analice cada uno de sus departamentos como un solo para que estén relacionados y puedan resolver de una mejor forma sus problemas a través del trabajo en equipo; (c) Teoría de relaciones humanas, para Rojas y Madero (2018), esta teoría se centra en el aspecto social de las organizaciones. Su interés por el desarrollo personal y profesional de los trabajadores además de la búsqueda del beneficio económico a través del desempeño de su trabajo, y su objetivo de integrarse en la gestión al pensamiento administrativo la idea de que el trabajador merece ser tratado con respeto y dignidad, además de la capacidad de tomar decisiones y participar activamente en la organización. Asimismo, las empresas deben valorar el trabajo eficiente de sus colaboradores facilitándoles un ambiente laboral agradable, motivándolos a crecer profesionalmente y sobre todo brindándoles capacitaciones para que estén preparados en tomar sus propias decisiones para dar soluciones a cualquier problema.

3.4.4 Categoría solución

Para implementar el enfoque Kaizen se utilizó PQRS como una herramienta para mejorar las subcategorías de la calidad del servicio. Godínez y Hernández (2018), Kaizen es un mecanismo penetrante de actividades continuas, donde las personas involucradas juegan un rol explícito, para identificar y asegurar impactos o mejoras que contribuyan a los objetivos de la organización. Cabe decir que, esta filosofía genera cambios o mejoras en cualquier organización y permite evitar errores. Por su parte, Chara et al. (2022) comprender que, la filosofía Kaizen promueve la mejora continua en las organizaciones, y esto incluye el desarrollo de mecanismos sistemáticos para mejorar la productividad de los procesos, con énfasis en la satisfacción del cliente, y esta metodología se basa principalmente en mejorar el diseño original, incluye a todos los empleados de la empresa y no requiere altas inversiones. Esta metodología no solo se utiliza para optimizar los recursos de las empresas, sino, para mejorar el estilo de vida que conlleva en ser mejor persona, mejor empleado. Por otro lado, Jurado y Lievano (2019) señala que, es un instrumento que nos ayuda a reconocer e identificar el cumplimiento del proceso de peticiones, quejas, reclamos o Sugerencias (PQRS) de los usuarios, por lo tanto, se debe brindar la respuesta y mejora del servicio para tener a nuestros usuarios satisfechos. Este sistema permite a las empresas obtener alertas

tempranas para abordar problemas y desarrollar procedimientos para corregir debilidades o amenazas de la organización.

3.4.5 Direccionalidad de la propuesta

Cuadro 1

Matriz de direccionalidad de la propuesta

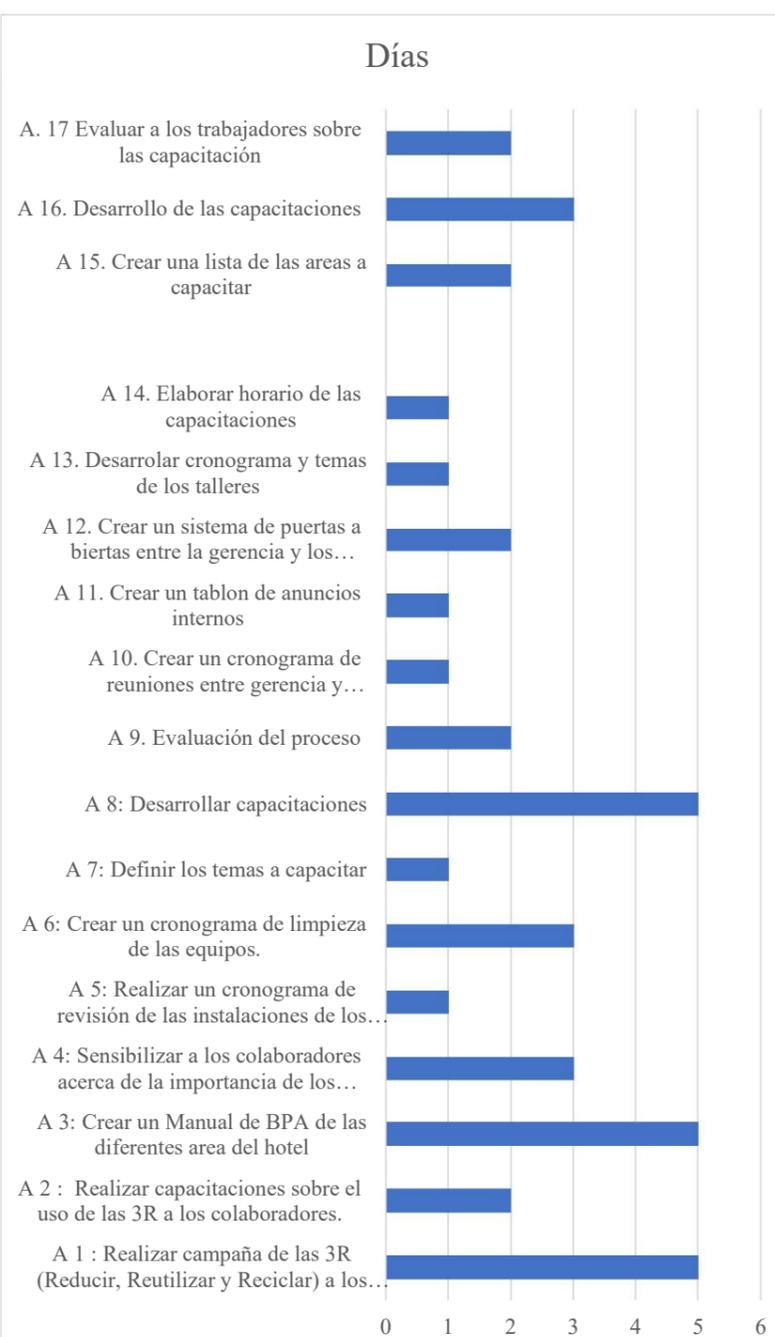
Objetivo	Estrategia	Táctica	KPI
Objetivo 1. Elaborar un proceso de Buenas prácticas ambientales utilizando las 3 R a fin de garantizar el cuidado del medioambiente	Aplicar las 3 R en las diferentes áreas para el cuidado ambiental	Táctica 1: Concientizar a los trabajadores del uso responsable de los recursos y los riesgos que conlleva nuestros actos.	KPI 1. Nivel de cumplimiento de BPA Leyenda: NC=% de cumplimiento BPA=Buenas prácticas ambientales NO=Nivel optimo
		Táctica 2: Implementar inspecciones en las diferentes áreas de fontanería y fluido eléctrico para evitar sobreconsumo por averías	KPI 2. % de equipos aprobados en la inspección Leyenda: E. Aprob= Equipos aprobados E. Equi= Equipos PI= Programación de inspección
Objetivo 2. Implementar programas de talleres de liderazgo y trabajo en equipo para mejorar la satisfacción del cliente mediante la metodología Kaizen.	Planificar un programa de talleres de liderazgo y trabajo en equipo mediante la mejora continua.	Táctica 3: Crear talleres de liderazgo y trabajo en equipo para todos los colaboradores de la empresa.	KPI 3. Ejecutar talleres de liderazgo Leyenda: ETL=% ejecución de talleres de liderazgo PC=Programaciones de los cursos TR= Talleres realizados
		Táctica 4: Promover un mecanismo de comunicación interna entre los colaboradores	KPI 4. Nivel de comunicación interna Leyenda: NCI=% Nivel de comunicación interna. CR: Cronograma de reuniones RE= Reuniones ejecutadas
Objetivo 3. Proponer un mecanismo para la gestión de quejas y sugerencias utilizando la metodología PQRS.	Implementar capacitaciones de procesos de quejas y sugerencias a todo el personal.	Táctica 5: Realizar las capacitaciones de quejas y sugerencias a los colaboradores	KPI 5. Porcentaje total de quejas y sugerencias Leyenda: PQRS = Resueltas al mes PQRS = Ingresados HR= Horas realizadas
		Táctica 6: Realizar capacitaciones para el manejo de las herramientas pqrs	KPI 6. Porcentaje de talleres de quejas y sugerencias internas para gerencia Leyenda: PTQSI= Porcentaje de talleres de quejas y sugerencias internas NT= Número de talleres DC= Desarrollo de capacitaciones

3.4.6 Actividades y cronograma

Cuadro 2

Matriz de actividades y cronograma

Actividades	Inicio	Días	Fin	Responsable/s	Presupuesto de la implementación	Evidencia
A 1: Realizar campaña de las 3R (Reducir, Reutilizar y Reciclar) a los trabajadores y clientes	13/05/2022	5	18/05/2022	1.- Administrador 2.- Gerencia	675.00	1,281.00
A 2: Realizar capacitaciones sobre el uso de las 3R a los colaboradores.	19/05/2022	2	21/05/2022	1.- Recursos humanos 2.- Administrador	403.00	
A 3: Crear un Manual de BPA de las diferentes áreas del hotel	22/05/2022	5	27/05/2022	1.- Administrador 2.- Gerencia	125.00	
A 4: Sensibilizar a los colaboradores acerca de la importancia de los recursos agua y energía	29/05/2022	3	2/06/2022	1.-Administrador 2.- Gerente de Housekeeping 3.- Recepción	45.00	
A 5: Realizar un cronograma de revisión de las instalaciones de los equipos	3/06/2022	1	4/06/2022	1.- Mantenimiento 2.- Administrador 3.- Housekeeping	15.00	
A 6: Crear un cronograma de limpieza de los equipos.	5/06/2022	3	8/06/2022	1.- Mantenimiento 2.- Administración	18.00	
A 7: Definir los temas a capacitar	9/06/2022	1	10/06/2022	1.- Administración 2.- Recursos Humanos	15.00	1,145.00
A 8: Desarrollar capacitaciones	11/06/2022	5	16/06/2022	1.- Recursos Humanos	1,000.00	
A 9. Evaluación del proceso	17/06/2022	2	19/06/2022	1.- Recursos Humanos	30.00	
A 10. Crear un cronograma de reuniones entre gerencia y colaboradores	20/06/2022	1	21/06/2022	1.- Administración 2.- Recursos Humanos	40.00	
A 11. Crear un tablón de anuncios internos	22/06/2022	1	23/06/2022	1.- Recursos Humanos	60.00	
A 12. Crear un sistema de puertas abiertas entre la gerencia y los colaboradores	24/06/2022	2	26/06/2022	1.- Administración 2.- Recursos Humanos	-	
A 13. Desarrollar cronograma y temas de los talleres	27/06/2022	1	28/06/2022	1.- Recursos Humanos	10.00	669.00
A 14. Elaborar horario de las capacitaciones	29/06/2022	1	30/06/2022	1.- Recursos Humanos	10.00	
A 15. Crear una lista de las áreas a capacitar	1/07/2022	2	3/07/2022	1.- Recursos Humanos	9.00	
A 16. Desarrollo de las capacitaciones	4/07/2022	4	7/07/2022	1.- Recursos Humanos	600.00	
A. 17 Evaluar a los trabajadores sobre las capacitaciones	8/07/2022	2	09/07/2022	1.- Recursos Humanos	40.00	



IV. DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Discusiones

Para el análisis de la discusión se utilizó la mejora continua utilizando 3R, Kaizen y PQRS para mejorar la calidad del servicio en una empresa hotelera, que se realizó con el objetivo de desarrollar estrategias de solución para los problemas presentados en la calidad de servicio.

Para el objetivo específico 1 denominado: “Calidad de servicio en una empresa hotelera, Tapoto 2022”. Se evidenció que, la empresa no brinda una atención personalizada a sus clientes, por lo que se recomienda capacitar a los colaboradores para la toma de decisiones ante el cliente insatisfecho a su vez personalizar el servicio para lograr la plena satisfacción del cliente, anticiparse a las necesidades para cumplir con las expectativas de este. Por consecuente afecta a la sub categoría capacidad de respuesta, En consecuencia, coincidí con la investigación de Rivera (2019), Calidad del servicio que brinda la empresa Elevate Business y estrategias para su mejora, donde se determina el nivel de la calidad del servicio que brinda la empresa y diseñar estrategias de mejora. Se planteó medir la calidad del servicio y optimizar el proceso de toma de decisiones en la empresa, en la elaboración y ejecución del modelo de evaluar la calidad del servicio. De igual forma, tiene semejanza con el estudio de Bello (2021), la propuesta de un plan de mejora para elevar la calidad de los servicios en el departamento de housekeeping del Hotel Colonial de la ciudad de Trujillo. Esta propuesta es con el fin de mejorar las diferentes actividades que realizan en el departamento de housekeeping y a su vez ayudará a mejorar el servicio que se brinda al huésped. Donde se evidencia que este plan de mejora contribuye a elevar la calidad de los servicios. Por último, coincide con Castrillón (2019), Realizó estrategias para mejorar la calidad de servicio en el hospedaje Casa Bianca. Por tanto, en este estudio se diseñó un plan para mejorar la logística del alojamiento, como también implementar una estrategia de difusión del establecimiento a través de canales de comunicación como las redes sociales. Por lo que, para tener el éxito en el sector hotelero, es fundamental garantizar la eficiencia y eficacia en todo el espacio de trabajo, brindando un servicio de alta calidad y logrando así la satisfacción total de los huéspedes. Sin embargo, para garantizar esta satisfacción, es necesario crear e implementar adecuadamente las operaciones internas de la entidad anfitriona.

En cuanto al objetivo específico 2 denominado “Determinar los factores para mejorar la calidad del servicio en una empresa hotelera. Tarapoto 2022”. Se han identificado puntos clave para mejorar la calidad del servicio. (a) tangibilidad, por la diferencia de los empleados en el uso de equipos no ambientales para proteger el medio ambiente, y esto se refleja en la aceptación de clientes y colaboradores; (b) capacidad de respuesta, los trabajadores no tienen la disposición para atender a los clientes cuando requieran o ante alguna necesidad, esto repercute en la incomodidad de los clientes y de los trabajadores; (c) empatía, se puede observar que la empresa no está prestando una atención personalizada a los huéspedes porque el personal no está capacitado en la toma de decisiones, no se preocupan por sus expectativas y esto ocasiona la incomodidad del huésped; (d) seguridad, se pudo verificar que la empresa no brinda seguridad a sus clientes al momento de realizar los pagos, debido a que no cuenta con una cuenta interbancaria u otro medio de pago a nombre de la empresa, esto conlleva que la empresa no se vea confiable y pérdida de clientes. Por ello coincide con, Zambrano et al. (2021), en su estudio del sector hotelero de cantón Sucre. El propósito del análisis ha sido diseñar un programa de optimización para aumentar la calidad de los servicios hoteleros e influir de manera positiva en el desarrollo económico y turístico de la ciudad. También tiene concordancia con Noriega (2021), en su investigación identificó costos de calidad que podrían hacer más competitivas a las empresas hoteleras. Como resultado encontró que existe un desconocimiento sobre los costos de calidad de las empresas hoteleras, falta de programas de capacitación para el personal. Los servicios son ineficientes y las quejas no son atendidas de inmediato, dada la falta de un buen servicio al cliente, supervisión, quejas y reclamos, cabe señalar que los costos de horas extras para resolver problemas han aumentado. En base a esta situación se ha planteado un modelo de mejora de la gestión de las empresas hoteleras.

De la misma manera para el objetivo específico 3 denominado “elaborar un proceso de Buenas prácticas ambientales utilizando las 3 R a fin de garantizar el cuidado del medioambiente”. Esta propuesta como estrategia potenciará el uso racional de los recursos de la empresa para proteger el medio ambiente y reducir costos. Se desarrollará de la siguiente manera: (a) Se realizará campaña de las 3R (Reducir, Reutilizar y Reciclar) a los trabajadores y clientes dentro del hotel; (b) Se elaborará un manual de BPA para las diferentes áreas del hotel. Por consiguiente, este modelo ayudará a obtener los resultados del uso adecuado de los recursos, reducir costos, mejorar las áreas del hotel y que este sea un hotel más sostenible reduciendo los residuos de forma muy

eficaz, pudiendo diferenciarse de la competencia y potenciarlo como un hotel consciente de la sostenibilidad del turismo. Por lo tanto, coincide con el estudio de Aliaga (2019), Donde se realizó un estudio sobre identificación de buenas prácticas Ambientales en Turismo: Gestión de residuos en el Hotel Dynastic de Benidorm, tras estudiar el hotel se aplicaron los métodos adecuados. Utilizado para mejorar la calidad y el lujo del hotel en términos de sostenibilidad, fomentando especialmente la importancia del reciclaje entre los clientes. Asimismo, guarda semejanza con Sánchez F (2019), el propósito de este estudio tuvo como finalidad proponer un plan para mejorar las operaciones del servicio de housekeeping en un hotel de 5 estrellas, con el fin de mejorar el servicio, basado en el análisis del personal del hotel sobre aplicaciones específicas. Implementando el sistema de reciclaje específico, para optimizar los costos sin comprometer el servicio al cliente. Por último, coincide con Benavides y Lara (2021), en su estudio, evaluaron las acciones realizadas para una adecuada gestión general de los residuos sólidos en los hoteles y describieron el contexto de la gestión hotelera hacia la gestión de los residuos sólidos y la concienciación sobre la protección del medio ambiente en las empresas hoteleras.

En cuanto al objetivo específico 4 denominado “implementar programas de talleres de liderazgo y trabajo en equipo para lograr la satisfacción del cliente mediante la mejora continua Kaizen”, como propuesta estratégica es crear un cronograma de capacitación para todas las áreas del hotel, con esta herramienta se pretende realizar grandes cambios en la organización. Se empleará de la siguiente manera: (a) desarrollo de capacitaciones. Esta metodología ayudará a construir un equipo productivo y eficiente en la organización ya que el kaizen involucra a todos los miembros de la empresa. De tal manera, coincide con la investigación de Alfaro (2019), donde utilizó el método kaizen para incrementar la productividad en la prestación de servicios, resultando en una mejora del 20% en la productividad, utilizando los recursos correctamente. Por otra parte, Abando y Acurio (2020), en su investigación se resolvió el problema de la prensa XFP 150-6 utilizando el método Kaizen bajo el control estadístico del proceso, por lo que se logró un aumento en el rendimiento y la eficiencia productiva en un 20%, lo cual es adecuado para identificar cambios tales como: cuellos de botella, retrasos significativos en el proceso y movimiento y exceso de stock. Se enfatiza que el proceso de mejora continua debe ser continuo y disciplinado para mostrar cambios significativos. Finalmente, coincide con la investigación de Armas (2019) mediante la aplicación de kaizen, se evaluaron las condiciones para mejorar la eficiencia del área

de ventas, y realizaron observaciones para la mejora continua del talento humano y del área de ventas.

Para el objetivo específico 5 denominado “Proponer un mecanismo para la gestión de quejas y sugerencias utilizando la metodología PQRS”. Esta propuesta ayudará a la empresa a encontrar la raíz del problema para la toma de decisiones de solución, y a los colaboradores en cómo actuar ante los incidentes, a través de talleres de manejo de quejas y sugerencias. Por consiguiente, en el estudio de Castellanos (2020), el uso de la metodología pqrs donde los resultados evidencian la importancia del proceso de quejas propuesto en este trabajo para la mejora en la calidad del servicio y el desempeño organizacional. Asimismo, coincide con su estudio de Vargas (2021), en su investigación evidenció la necesidad que tiene la universidad de implementar un módulo de atención a solicitudes en busca de reforzar la comunicación con usuarios y el servicio ofrecido mediante su portal web de esta manera se logra implementar los PQRS para mejorar la estructurada el sistema de información que logra realizar seguimiento y monitoreo a las quejas y sugerencias. Finalmente, coincide con la investigación de (Quintana et al. 2018), debido a la pérdida constante de clientes en la empresa, se implementó una herramienta que gestione las Pqr y de manera ágil y eficiente, para responder al cliente con el fin de garantizar un buen servicio. Para lograr la satisfacción y la captación de futuros clientes.

4.2 Conclusiones

- Primera:** Se diagnosticó el estado que se encuentra la calidad de servicio de la empresa hotelera, teniendo como resultado la baja clientela debido a la falta de atención personalizada al cliente, evidenciando como resultado la falta de compromiso por parte de gerencia que no se preocupa en disponer capacitaciones y cursos de actualización a sus colaboradores.
- Segunda:** Se determinó los factores para incrementar la calidad de servicio. Tarapoto 2022, evidenciándose que, los trabajadores y la empresa no practican las buenas prácticas ambientales, los trabajadores no brindan un servicio personalizado por falta de conocimientos para la toma de decisiones. De igual forma, la empresa no brinda la seguridad al momento de realizar los pagos por falta de cuentas bancarias.
- Tercera:** Se propuso realizar campañas de concientización ambiental a los clientes y colaboradores mediante la utilización de las 3 R. De igual modo, la implementación de un manual de buenas prácticas ambientales para las diferentes áreas del hotel, lo cual será utilizado para obtener el buen uso de las buenas prácticas ambientales en las diferentes áreas del establecimiento.
- Cuarta:** Se propuso implementar programas de taller de liderazgo y trabajo en equipo utilizando la herramienta mejora continua ya que permite la formación de todos los trabajadores en el ámbito laboral y social, y posibilita optimizar la calidad, eficiencia y grado del servicio, mejora la productividad en la organización y conduce a mejorar el equipo de trabajo.
- Quinta:** Se propuso la implementación de talleres para mejorar el proceso de quejas y sugerencias a partir de la técnica PQRS. Con esta herramienta se logra que todos los empleados tengan conocimiento de cómo actuar ante algún reclamo y hace reducir la tasa de pérdida de clientes, que permitirá lograr los objetivos de la empresa.

4.3 Recomendaciones

- Primera:** Se recomienda al administrador realizar un convenio de prácticas con universidades o instituciones de la carrera administración turismo y hotelería, para realizar un buen filtro de su personal y puedan brindar calidad de servicio.
- Segunda:** Se recomienda al gerente general implementar un sistema hotelero (Infohotel, Sysme, Opera, shop) para facilitar el trabajo y mantener informados a sus trabajadores, realizar encuestas digitales a todos los huéspedes sobre el servicio que brinda el hotel.
- Tercera:** Se recomienda al gerente general y administrador implementar el uso de las buenas prácticas ambientales a través de campañas de las 3R (reducir, reciclar y reutilizar) con la participación de los trabajadores y clientes con la finalidad del cuidado ambiental, reducción de costos y generar una buena imagen ante la actividad turística de la ciudad.
- Cuarta:** Se recomienda al administrador y gerente de recursos humanos realizar programa de capacitaciones de mejora continua utilizando Kaizen para ser empleadas en las diferentes áreas y reducir costos; finalmente, realizar un feedback para medir el desempeño del equipo de trabajo.
- Quinta:** Se recomienda al administrador, capacitar a todo su equipo en los procesos que deben seguir al momento de los reclamos de los clientes, del mismo modo implementar un upgrade a los clientes no satisfechos con el servicio.

V. REFERENCIAS

- Rojas , N., & Sergio Madero, S. (2018). La Responsabilidad Social Corporativa: Contexto Histórico y Relación. Dialnet, 1-10.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6839145>
- Acevero, A., & López, A. (2004). El proceso de la entrevista. México, D.F.: Limusa, S.A.
- Acosta, J. (2019). Cómo afrontar con éxito una entrevista. Madrid: Esic.
- Acuña, J. (2004). Mejoramiento de la calidad. Cartago: tecnología de costa rica .
- Alfaro, P. (2019). Metodología Kaizen para mejorar la productividad en la prestación de servicios generales de la corporación Anlu SAC, independencia, 2019. Repositorio UCV.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/83414>
- Aliaga , G. (2019). Identificación de buenas prácticas ambientales en turismo la gestión de residuos en el hotel dynastic de bonidorm. Universidad politecnica de valencia , 1-50.
- Alvarado, I., & Mendez, J. (2021). Aplicación de herramientas de lean service en el proceso de atención al cliente de tarjetas de creditos para incrementar la productividad, lima, 2019. Repositorio usil, 1-129.
- Alvarez, L. (2020). Lean service para mejorar la productividad en el servicio postventa de una empresa automotriz,lima,2020. Repositorio wiener, 1-142.
- Amendaño, M., & Molina, J. (2020). Estrategias de mejora a la calidad del servicio que brinda el Museo Alberto Mena Caamaño, con base en los criterios del sello Press Q. Repositorio DSpace, 13-114.
- Angarita, A. (2019). Implementación de Lean service en el proceso de gestión de las vacaciones de los trabajadores de Avianca s.a c Colombia. Repositorio upb, 1-84.
- Angeles, V. (2020). Gestión de la calidad turística para mejorar la atención al cliente en las agencias online, 2020. Repositorio digital uwiener, 14-133.
- Arango, F. (2017). Competitividad en procesos de servicios Lean Service caso de estudio. Universidad Nacional de Colombia, 11-93.
- Arango, F., & Rojas, M. (2017). Una revisión crítica a Lean Service. Espacios, 1-17.
- Barberán, F. (2020). Análisis de la calidad del servicio de los museos que conforman la red estatal de Guayaquil. repositorio Universidad Guayaquil, 1-92.

- Bello, J. (2021). Plan de mejora para elevar la calidad de los servicios del departamento de housekeeping del hotel colonial de la ciudad de trujillo, la libertad. Repositorio usmp.edu.pe, 1-227.
- Benavides , A., & Lara, A. (2021). Gestión integral de residuos sólidos en hoteles de 4 y 5 estrellas de Lima Metropolitana en tiempos de covid-19. Repositorio academico upc, 1-80.
- Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación . Colombia: Pearson Educación .
- Bertoglio, O. (2015). Introducción a la Teoria General de Sistemas . Mexico : Limusa.
- Bula, J. (1994). John Rawls y la teoría de la modernización. Bogota. http://servidorfce.fce.unal.edu.co/media/files/cuadernos/21/v14n21_bula_1994.pdf
- Bustamante, M. (2019). Fundamentos de la calidad de servicio, modelo servqual. Dialnet, 1-15. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7361518>
- Carbajal , N., & Gonzales, J. (2020). Exploración de Técnicas de Lean Service para el Sector Hotelero en el Perú. Arequipa.
- Cardozo, Luana. (1 de marzo de 2021). zenvia.com/es/blog/calidad-del-servicio/. www.zenvia.com: <https://www.zenvia.com/es/blog/calidad-del-servicio/>
- Carhuancho Mendoza, I. M., Nolzco Labajos, F. A., Sicheri Monteverde, L., Guerrero Bejarano, M. A., & Casana Jara, K. M. (2019). Metodología para la investigación holística. Guayaquil: Departamento de investigación y posgrados UIDE.
- Carrasco, S. (2013). Proyectos de Gestion de Calidad en Hoteleria y Turismo . España : Ediciones Paraninfo sa.
- Carriel, R., Barros, a., & Fernandez, F. (2018). Sistema de gestión y control de la calidad Norma ISO 9001:2015. Científica de la Investigación y el Conocimiento,, 626-644.
- Castellanos, L. (2020). Diseño del proyecto de gestión de peticiones, quejas, reclamos y sugerencias de la empresa caudales y muestreo S.A.S. Bogotá: Fundación Universidad de América .
- Castells, X. (2012). Reciclaje de residuos industriales . Madrid: Ediciones Diaz de santos .
- Castrillón , V. (2019). Estrategias para mejorar la calidad de servicio en el hospedaje Casa blanca, Pueblo libre,2019. lima: repositorio wiener.
- Cauvi , G. (2019). Aplicación de herramientas de lean service para optimizar el proceso de compras en tips Perú 2018-2019. Repositorio Usil, 1-132.

- Centeno, J. (2018). Servicio de transporte urbano en la ciudad de Lima, análisis y propuesta de mejora de la calidad, con participación de las universidades públicas y privadas. Universidad Nacional Agraria La Molina, 50-58. <https://doi.org/DOI:> <http://dx.doi.org/10.21704/ac.v79i1.1138>
- Chara, V., Chara, N., & Moncayo, G. (2022). Aplicación de la filosofía kaizen a la administración de microempresarios. Revista científica dominio de las ciencias, 8(2), 1-15. <https://doi.org/> <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i2.2653>
- Chavéz, L., & Salazar, J. (2016). Diseño de proceso de mejora continua en la unidad estratégica de negocio de la agencia de compras de la fuerza armada. Lima: Universidad del Pacífico.
- Condori, L., Muchica, T., Pari, N., Canahua, Q., & Escobar, M. (2021). La Evaluación de la calidad del servicio Hotelero en los motores de búsqueda Tripadvisor y Booking de Cusco y Puno. Investigaciones Empresariales, 131-142.
- Conforme, W. (2018). Viabilidad de implementación de las buenas prácticas ambientales con énfasis de las 3r en los tres centros de educación básica del cantón Quevedo. Ecuador : Repositorio digital UTEQ.
- Cuatrecasas, L. (2000). Gestión Integral de la calidad . Barcelona: Gestión 2000.
- Denton, K. (2004). Calidad en el servicio a los clientes . Madrid: Esic.
- Denton, K. (2020). Calidad en el servicio a los clientes. madrid: Gulf Publishing.
- Elizondo López, A. (2002). Metodología de la investigación contable 3a. edición. México D.F.: International Thomson Editores S.A.
- Félix, J. (2018). Calidad en el servicio en la quinta restaurante waly cusco 2018. Cusco: Universidad andina del cusco.
- Fernández, S., Cordero, J., & Córdoba, A. (2002). Estadística descriptiva. Madrid: Esic.
- Fontalvo, T., & Vergara, J. (2010). La gestión de la calidad en los servicios ISO 9001:2008. Cartagena : Eumed.
- Fontalvo, T., & Vergara, J. (2010). La gestión de la calidad en los servicios ISO 9001:2008. Cartagena: Eumed.
- Fontalvo, T., De la Hoz, E., & De la Hoz, E. (2020). Método de evaluación de la calidad del servicio de una unidad de atención al usuario en una empresa de servicio de agua en Colombia. Información tecnológica, 27-34.

- Gamboa Mora, M. C., García Sandoval, Y., & Ahumada de la Rosa, V. D. (2016). Diseño de Ambientes de Enseñanza-Aprendizaje. Barranquilla: Universidad Nacional Abierta y a Distancia.
- García, F. (2004). El cuestionario. México D.F.: Limusa.
- Gardi, V., Venturo Carlos, C., Faya, A., & Majo, H. (2020). Calidad de servicio en el supermercado metro de Perú. Repositorio digital Uide, 2010-2019. <https://doi.org/https://doi.org/10.33890/innova.v5.n1.2020.1276>
- Gavilán, J., & Gallego, A. (2016). [138]Redes de IngenieríaISSImplementación del modelo Lean Service en el proceso de recaudo de la cooperativa de ahorro y crédito fincomercio Ltda. Redes de Ingeniería, 1-10.
- Giráldez, A. (2010). Música investigación, innovación y buenas prácticas. Barcelona: Graó, de IRIF,S.L.
- Godínez, A., & Hernández, G. (2018). Poder Kaizen. México.
- Gómez, M. (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica . Córdoba: Brujas
- Gómez, S. (2012). Metodología de la investigación. estado de méxico: Red tercer milenio s.c.
- Hernández , H., Barrios , I., & Sierra, D. (2018). Gestión de la calidad elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. Dialnet, 180-195.
- Hurtado de Barrera, J. (2000). Metodología de la investigación holística. Caracas: SYPAL.
- Hurtado León, I., & Toro Garrido, J. (2007). Paradigmas Y Metodos de Investigacion en Tiempos de Cambios. Caracas: Los libros de el Nacional.
- Izquierdo, J. (2021). La calidad de servicio en la administración pública. Revista Científica, 425-437. <https://doi.org/https://doi.org/10.26495/rce.v8i1.1648>
- Juárez, C., & Malca, L. (2020). Análisis de inclusión en servicios hoteleros para personas con discapacidad en el gloria plaza hotel - chiclayo 2020. chiclayo: Repositorio Institucional UMB.
- Julca, Y. (2017). Aplicación de Lean service para mejorar la productividad del servicio de mantenimiento de la empresa servitel diaz sac,lima,2017. Repositorio Universidad Cesar Vallejos , 1-264.
- Jurado, D., & Lievano, J. (2019). Propuesta para mejorar oportunamente de atención de las pqrs en una empresa prestadora de servicios de salud. Santiago de cali: Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium.

- Lagunes, A. (2018). Aplicación de metodo Kaizen. Universidad Tecnológica del Centro de Veracruz.
- Landeau, R. (2007). Elaboración de trabajos de investigación . Caracas: Alfa.
- León, A. (2005). Estrategias para el desarrollo de la comunicación profesional . México: Limusa.
- Liendo, J. (2020). Diez principios de kaizen. Solution makers, 1. <http://www.solutionmca.com/2020/12/16/diez-principios-del-kaizen/>
- López, E., & Zuluaga, Y. (2018). Liderazgo transformacional y mejoramiento continuo en equipos de trabajo de pymes colombianas. Revista Venezolana de Gerencia(83), 2-17. <https://www.researchgate.net/publication/335149391>
- Malhotra, N. (2004). Investigación de mercados: un enfoque aplicado. Naucalpán de Juárez: Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana.
- Maria, S., Faria, T., Nascimento, C., & Silva, P. (2019). Implementación de la herramienta 5W2H para control de inventario de materia prima. Brasil : Fundação de Ensino e Pesquisa do Sul de Minas.
- Martínez González, R.-A. (2007). La investigación en la práctica educativa: guía metodológica de investigación para el diagnóstico y evaluación en los centros docentes. Madrid: Publicaciones del MEC.
- Moya, L. (2018). La empatia . Barcelona: Plataforma editorial.
- Muñoz, N. (2018). Calidad de servicio al ciudadano en la Municipalidad distrital de. Repositorio wiener.
- Noriega , F. (2021). Los Costos de calidad Estrategia competitiva para las empresas hoteleras en la region de tumbes, 2021. Repositorio digital Tumbes , 1-80.
- Ñaupas Paitán, H., Mejía Mejía, E., Novoa Ramírez, E., & Villagómez Paucar, A. (2014). Metodología de la investigación cuantitativa - cualitativa y redacción de la tesis. Bogotá: Ediciones de la U.
- Ñaupas, H., Mejía, E., & Villagómez, A. (2014). Metodología de la investigación Cuantitativa-Cualitativa y Redacción de la Tesis. Bogota: Ediciones de la U.
- Obando, K., & Acurio, E. (2020). Optimización de la eficiencia productiva a través de la metodología Kaizen en el proceso productivo de inyección de suelas para calzado en la empresa textiles industriales ambateños sac. Ecuador: Escuela superior politécnica de Chimborazo. <http://dspace.espace.edu.ec/handle/123456789/14484>

- Osorio, V., Spíndola, P., Salazar, O., & Castor, J. (2021). Conflictos semióticos y niveles de algebrización en aspirantes a Ingeniería. Universidad Autónoma de Querétaro , 1-27. <https://doi.org/https://doi.org/10.24844/em3303.10>
- Pinilla, M. (2008). El cuidado de lo Humano en el contexto universitario. Bogota: Pontificia Universidad Javeriana .
- Portela, M., & Godoy, L. (2017). Aplicación del método 5w2h en el proceso de elaboración del producto: la joia. Brasil: Unifra .
- Quintana , A., & Granados , J. (2018). Desarrollo de un prototipo para gestión y control de PQR generadas a la empresa tv satélite Arauca . Colombia : Universidad Cooperativa de Colombia .
- Rafael, R. (2019). Estrategia para mejorar la productividad en una empresa de servicios integral de aseo en colombia. Colombia: Universidad de la sabana .
- Ramírez, J., & Calles, R. (2021). Manual de metodología de la investigación en negocios internacionales . Bogotá: Ecoe ediciones limitada .
- Ramos, E., Mogollón, F., Santur, L., & Morán, I. (2019). El modelo Servperf como herramienta de evaluación de la calidad de servicio en una empresa. Universidad y Sociedad, 417 -423.
- Rivera, M. (2019). Calidad del servicio que brinda la empresa elevate business y estrategias para su mejora. Universidad Nacional de Piura , 1-76.
- Rivera, R. (2019). Estrategia para mejorar la productividad de una empresa de servicios integral de aseo en colombia. Universidad sabana , 1-65.
- Rodríguez Mogel, E. A. (2005). Metodología de la Investigación. Tabasco: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Rodríguez, A. (2018). Plan de mejora de la calidad de servicio en Starbucks con sede en el C.C. Jockey Plaza, Lima 2018. repositorio digital uwiener, 21-205.
- Rodríguez, Y. (2019). Lean service como filosofía para la mejora de los procesos. Repositorio udistrital, 1-124. <https://repository.udistrital.edu.co/bitstream/handle/11349/22319/Rodr%C3%ADguezParaYennyPaola2019.pdf?sequence=7&isAllowed=y>
- Ruiz, D. (2000). Manual de estadística . BiblioBoard.
- Sampieri, H., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación . México: McGRAW-HILL.

- Sánchez, F. (2019). Propuesta de un plan de mejoras de los procedimientos del departamento de ama de llaves de un hotel de cinco estrellas de la ciudad de guayaquil para optimizar gastos. Repositorio digital ucsg. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/12309>
- Sánchez, H., Reyes, C., & Mejía, K. (2018). Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística. Lima: Universidad ricardo palma.
- Santivañez, J. (2019). Aplicación de herramientas de Lean Service para optimizar el proceso de compras en tis Perú, ano 2018-2019. Repositorio Usil, 1-132.
- Silva, J., Macías, B., Tello, E., & Delgado, J. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. CienciaUAT, 85-101. <https://doi.org/https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>
- Socconini, L. (2019). Lean Company más allá de la manufactura. Barcelona.
- Suárez, I., & Castillo, Z. (2020). Calidad del servicio al cliente en los hoteles de cuatro y cinco estrellas, ubicados en la ciudad de panamá, república de panamá. Unicyt, 1-76.
- Summers, D. (2006). Administración de la calidad. Mexico: Pearson educación.
- Terán , N., Gonzáles , J., Ramirez, R., & Palomino , G. (2021). Calidad de servicio en las organizaciones de Latinoamérica. Ciencia Latina Revista Multidisciplinar, 1-14.
- Ticona, V. (2017). Analisis del sistema Kaizen como herramienta para el mejoramiento continuo en la empresa distribuciones bookshop eirl. Arequipa-2017. Puno: repositorio unap. http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/7118/Ticona_Escobar_Valeria_Maribel.pdf?sequence=1
- Tolozada, C., & Peña, F. (2018). Plan de mejoramiento en el manejo de las peticiones, quejas, reclamos, y sugerencias (PQRS) mediante la aplicación del cicloPHVA en Thyssenkrupp Elevadores S.A. Bogota : Colecciones Digitales Uniminuto.
- Turin , D. (2020). Analisis de la implementación del pensamiento lean en empresas latinoamericanas y diferencias entre lean service y leam manufacturing. Lima: Repositorio pucp.
- Vargas , A. (2021). Diseño del módulo de PQRS para la recepción de inquietudes del portal orientación de la empresa Universia Colombia. Bogotá: Universidad Catolica de colombia

- Vargas , M. (2020). Implementación de la metodología Kaizen para disminuir la rotura de envase presentada en la línea de juegos de gascol sur. Repositorio Utadeo. <http://hdl.handle.net/20.500.12010/16552>
- Vicente, J. (2020). Atención al cliente. España: Elearnig s.l.
- Zambrano, L., Macías , J., Meneses, W., & Espinoza, M. (2021). Análisis de la calidad de servicios hoteleros en el cantón Sucre. Dialnet, 1-10.
- Zárraga, L., Molina, V., & Corona, E. (2018). La satisfacción del cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio. Recai, 46-65.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Título: Mejora continua utilizando 3R, Kaizen y PQRS para mejorar la calidad del servicio en una empresa hotelera, Tarapoto 2022.

Problema general	Objetivo general	Categoría problema: Clima organizacional				
		Sub categorías	Indicadores	Ítem	Escala	Nivel
¿Cómo la propuesta de estrategias mejora la calidad de servicio en una empresa hotelera, Tarapoto 2022?	Determinar la propuesta de estrategias para mejorar la calidad de servicio en una empresa hotelera, Tarapoto 2022.	Tangilidad	Equipamiento de aspecto moderno	P1		
			Instalaciones físicas visualmente atractivas.	P1		
		Capacidad de respuesta	Colaboradores comunicativos y asertivos	P2		
			Colaboradores dispuestos ayudar	P2		
¿Cuál es el diagnóstico de la calidad de servicio en una empresa hotelera, Tarapoto 2022?	Diagnosticar en qué situación se encuentra la calidad de servicio en una empresa hotelera, Tarapoto 2022.	Empatía	Preocupación por los intereses de los clientes	P3		
	Comprensión por las necesidades de los clientes		P3			
¿Cuáles son los factores por mejorar de la calidad de servicio en una empresa hotelera, Tarapoto 2022?	Determinar los factores a mejorar de la calidad de servicio en una empresa hotelera, Tarapoto 2022.	Seguridad	Colaboradores que transmiten confianza	P4		
			Colaboradores capacitados	P4		
Tipo, nivel y método		Población, muestra y unidad informante		Técnicas e instrumentos	Procedimiento y análisis de datos	
Enfoque: mixto Sintagma: holístico Diseño: proyectivo Tipo: básica Métodos: deductivo, inductivo y analítico		Unidades informantes: Gerente general, administrador, recepcionista.		Técnicas: Entrevista y análisis documental Instrumentos: Guía de entrevista y guía	Procedimiento: Análisis de datos: Triangulación de datos	

		de análisis documental.	
--	--	-------------------------	--

Anexo 2: Evidencias de la propuesta

Evidencia 1

Campaña de buenas prácticas ambientales a través de las 3 R (Reducir, Reutilizar y Reciclar). El objetivo es la sensibilización del personal y huéspedes, sobre la importancia de un consumo responsable y sostenible de nuestros recursos.



Autor (a): Hoyos Guevara, Vanessa

- Instalación de tachos para promover la sensibilización de los empleados y clientes en la separación adecuada de residuos, especialmente producidos en las áreas públicas.



Autor (a): Hoyos Guevara, Vanessa

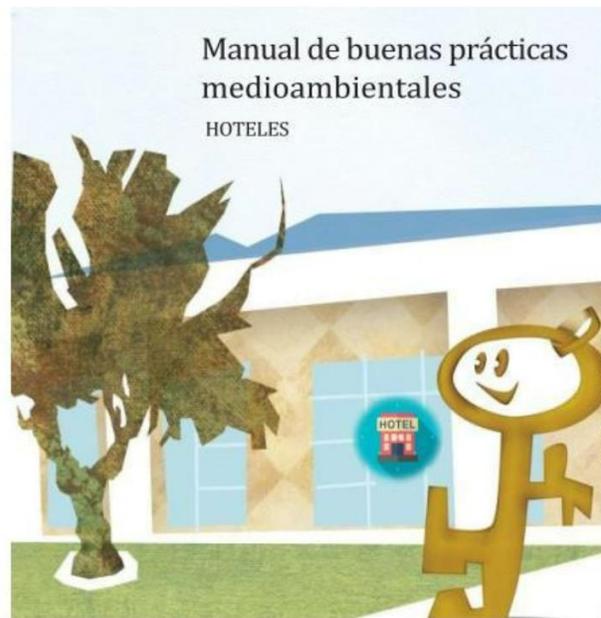
Campana día del medio ambiente



Autor (a): Hoyos Guevara, Vanessa

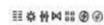
- Elaboración de Manual de buenas prácticas ambientales por cada área del hotel

Manual de buenas prácticas medioambientales



ÍNDICE:

⇒ Presentación.....	pág. 4
⇒ Introducción y objetivos	pág. 6
⇒ Modo de empleo del Manual.....	pág. 8
⇒ Departamento de Mantenimiento	pág. 9
⇒ Departamento de Cocina y Restaurante	pág. 14
⇒ Departamento de Compras	pág. 17
⇒ Departamento de Pisos	pág. 19
⇒ Departamento de Administración/Recepción	pág. 21
⇒ Promover un Turismo sostenible.....	pág. 24



Autor (a): Hoyos Guevara, Vanessa

Buenas prácticas medioambientales

Presentación

Río Hoteles es una joven cadena hotelera peruana situada en el corazón de Tarpoto rodeado de la extraordinaria naturaleza a 1 cuadro del aeropuerto, con una clara estrategia que le hace diferenciarse y con el objetivo de posicionarse en un segmento alto del mercadohotelero peruano e internacional.

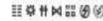
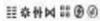
Río hoteles está plenamente concienciada de que la satisfacción de sus clientes va unida el respeto por el medioambiente. De ahí que nuestra intención sea la de integrar nuestra política de gestión en función de estos dos vectores: calidad y excelencia hacia nuestros clientes y respeto con el medioambiente, de manera que ambos conceptos vayan unidos al referente a nuestro modo de hacer en el ámbito de la hotelería.

Creemos en un crecimiento sostenible de nuestra empresa que se llevará a cabo sin que ello repercuta negativamente en el medioambiente, antes al contrario, nos esforzamos para que ésta mejore día a día.

Deseamos, situarnos a la vanguardia de las necesidades y demandas, cada día más evidentes, de una sociedad de la que tanto nuestros clientes como nosotros formamos parte responsable de la misma.



- Consumo de Agua
- Consumo Energético
- Residuos/Desechos
- Contaminación Luminica, Atmosférica y de Aguas
- Otros
- Consumo Eléctrico
- Ruidos



Podemos clasificar los residuos en:

Residuos que se consideran como no peligrosos:

- Papel y cartón.
- Envases ligeros.
- Vidrios.
- Latas.
- Toner y cartuchos de tinta.
- Residuos informáticos y electrodomésticos en general.

Residuos considerados como peligrosos:

- Fluorescentes.
- Termómetros.
- Lámparas de mercurio.
- Pilas y baterías.
- Medicamentos caducados.

INTRODUCCIÓN + OBJETIVOS:

Como consecuencia del estilo de vida actual, y una sobre explotación de los recursos naturales, nos encontramos con una problemática ecológica que requiere medidas para su urgente solución. La explotación excesiva y sin control ninguno de recursos naturales tanto en la vida cotidiana como en la profesional es alarmante, sin embargo, la concienciación en esta materia está creciendo, aunque únicamente debería ser el inicio de una larga tarea a la que todos, sin excepción, deberíamos contribuir.

La industria turística utiliza como materia prima el medio y depende del consumo de recursos naturales, es por ello que esta industria tiene que hacer especial hincapié en el cuidado de: residuos, recursos hídricos, energía, vertidos y emisiones atmosféricas para una eficaz gestión a favor del medio ambiente. La gestión ambiental debería estar incluida en la gestión global de la empresa.

RESIDUOS
Uno de los principales problemas ambientales de las empresas es la gestión de sus residuos. Todas las actividades humanas producen desperdicios. Mientras los productos contribuyen a satisfacer las necesidades para las que fueron creados, serán bien recibidos; pero una vez que dejan de ser útiles, se convierten en desperdicios. El empaquetamiento o embalaje es un buen ejemplo de lo dicho,

ya que ayuda a mantener el valor de los productos, ofreciendo satisfacción a las necesidades, pero, una vez utilizado, pierde su valor y se desecha y es aquí cuando comienza un problema para el medioambiente: la basura.

En los últimos años se han diseñado programas de gestión de residuos, pudiendo resumir la solución más simple eficiente en tres conceptos:

Reciclaje: Al vertedero únicamente deberían llegar aquellos desechos de los que ya no se puede sacar nada aprovechable.

Reutilización: Antes de que se conviertan en residuos los sacaremos todo el provecho posible.

Reducción: Rechazar el embalaje innecesario.

AGUA
Las reservas de agua no son inagotables, es un recurso escaso y primordial para la vida. Reducir el consumo de agua sin realizar grandes inversiones es posible simplemente con educación y una conducta de ahorro adecuado. El consumo responsable es esencial. En las zonas turísticas, en comparación con las zonas urbanas, el consumo de agua se dispara, por los jardines, instalaciones acuáticas, etc. que

requieren una gran cantidad de agua. Así, el uso del agua es una responsabilidad de todos por lo que se debe contribuir a su buena utilización mediante la aplicación de medidas de ahorro y de eficiencia de manera que ayuden a reducir el mismo. En las empresas de hotelería es fundamental un control exhaustivo para evitar el derroche o el consumo irresponsable.

ENERGÍA
Al consumir energía de forma irresponsable se está contribuyendo a la generación de diferentes formas de contaminación. Los bienes físicos se agotan: el petróleo, el carbón, etc. además de que su consumo provoca gases que van a la ya muy contaminada atmósfera generando el tan temido efecto invernadero.

Los hoteles son grandes consumidores de energía. Nos encontramos con la necesidad de buscar el punto intermedio entre el confort de nuestros clientes y ahorrar energía, evitando su derroche o mala utilización.

En la actualidad, las empresas están desarrollando Sistemas de Gestión Medioambiental para la mejora del desarrollo de la actividad empresarial en relación con la protección del medioambiente. Esto ocurre como consecuencia de dos presiones: la

ejercida por los gobiernos a través de la legislación y la presión de la demanda

La protección del medioambiente por parte de las empresas presentaba como principal dificultad el que se veía como un gasto de empresa sin ninguna visión de beneficio económico. Hoy en día la mentalidad ha cambiado y las empresas comienzan a ver la gestión del medio ambiente como un elemento de competitividad y una fuente de beneficios y ahorro. Otro obstáculo es el conocimiento de los requisitos legales, y la falta de formación del personal. Este es otro motivo para la creación del Manual de Buenas Prácticas Medioambientales, que pretende facilitar el acceso y la formación a los empleados, clientes y proveedores, ya que su implicación es fundamental.



Autor (a): Hoyos Guevara, Vanessa

Modo de empleo:

Este manual ha sido distribuido por departamentos para así facilitar su uso a los empleados y clientes de Rio Hoteles. A través de los diferentes colores se podrá identificar si se habla de:

- Gestión de aguas
- Consumo energético
- Contaminación
- Gestión de residuos
- Otros aspectos

Los ejemplos están expuestos para proporcionar una clara visión del mal uso y de las malas costumbres que todos tenemos a la hora de trabajar. Con la finalidad de modificar dichas malas costumbres y llegar a una sensibilización ambiental de los empleados y de una manera sencilla tratamos de corregir el mal uso que se hace del agua, las fuentes energéticas y la gestión de los residuos.

Podemos proporcionar unos enlaces de interés para aquellos que desean ampliar sus conocimientos en esta materia. En ellos, podrán leer sobre la problemática ante la que nos encontramos con una visión más global.

Por último, vemos la política de calidad y ambiente de Rio Hoteles donde se muestra el grado de compromiso que tiene la empresa en satisfacer las necesidades de sus clientes, ello sin merma del cuidado del medioambiente.

Este manual pretende ayudar a:

- » Una reducción de costes por la disminución del consumo de agua y de los recursos energéticos de toda índole.
 - » Disminuir la generación de residuos y facilitar su reciclaje.
 - » Minimizar el efecto ambiental de las emisiones atmosféricas, de los ruidos y vertidos de agua.
 - » Planificar la estrategia y la actividad de la empresa, al introducir como factor de mejora continuada la protección del medioambiente.
 - » Prevenir y controlar aspectos medioambientales antes, durante y después de su generación.
 - » Mejorar o reforzar la imagen limpia de la empresa frente a los clientes, usuarios y trabajadores.
 - » Anticiparse a las demandas del mercado.
 - » Formar a los trabajadores en la temática ambiental, haciendo de ello un medio de comunicación a clientes y proveedores.
 - » Este manual de buenas prácticas medioambientales ayudará a cumplir con la legislación y con la implantación en nuestros establecimientos de la norma ISO 14001.
- En definitiva: reducir costes, mejorar la imagen de la empresa, y anticiparse a la demanda, cada día más evidente, de nuestra sociedad.

Departamento de Mantenimiento:

Es una de las herramientas más importantes para una buena gestión medioambiental. Gracias a este departamento y a su función de mantenimiento preventivo, se pueden evitar graves problemas al hotel, los cuales derivarían en unos costes elevados. Un mantenimiento incorrecto supone un mayor consumo de energía y una disminución de la vida útil de los equipos.

Consumo del Agua

- » Al descargar una cisterna se utilizan de 10 a 12 litros de agua. Una cantidad que a priori puede no parecer muy elevada pero que si tenemos en cuenta todas las veces que se descarga una cisterna al día, veremos lo enorme de este gasto.

Medidas para reducir el gasto de agua:

- » Instalación de dispositivos de bajo consumo en las cisternas.
- » Instalación de grifos monomando.
- » Instalar dispositivos limitadores de presión y difusores en lavabos y duchas
- » Realizar inspecciones en la instalación de fontanería para detectar fugas y sobreconsumos por averías.



Un grifo con limitador gasta unos 8 litros de agua por minuto frente a los 15 litros por minuto que gastaría sin dispositivos que limiten su caudal

Una ducha con limitadores o reductores de caudal gasta unos 10 litros por minuto frente a los 20 litros por minuto que gastaría sin estos dispositivos. Es decir, en una ducha de 5 minutos se consumirían 50 litros de agua frente a los 100 litros que se consumirían sin los limitadores

Un inodoro que tiene una fuga puede llegar a gastar unos 20.000 litros al año

Ahorro Energético

Una calefacción en mal estado consume del 30% al 50% más de energía

La sustitución de sistemas de alumbrado tradicionales por sistemas de bajo consumo permite un ahorro de hasta un 80% de energía

- » Aislar térmicamente los edificios y sobre todo las ventanas y los conductos de climatización, permite un ahorro de energía considerable al evitar pérdidas de calor de frío.
- » La limpieza asidua y periódica de los filtros de los equipos de aire acondicionado asegura que el consumo energético no se dispare. Cuanto peor este el estado de los filtros, mayor será su consumo
- » Revisión periódica de las calefacciones ya que una calefacción en mal estado consumirá el 30% al 50% más de energía.
- » Podemos reducir el consumo eléctrico con un sistema que asegure un empleo adecuado de la luz en jardines y exteriores, mediante detectores de intensidad lumínica. También existe la posibilidad del alumbrado de bajo consumo.
- » Evitaremos un consumo excesivo en la depuración de las piscinas si se realiza un mantenimiento eficaz de las mismas.



- » Para aprovechar mejor la iluminación natural, utilizar colores claros en paredes, techos y mobiliario.
- » Control del horario de encendidos.

Residuos/Desechos

- » Siempre que se pueda se reducirá al máximo la generación de residuos y aquellos que se produzcan deberán ser segregados (papel-cartón, latas de aluminio, residuos orgánicos, residuos plásticos y vídrios), para así facilitar su posterior reciclado.
- » No se deberá almacenar tubos fluorescentes agitados o averiados ya que son residuos tóxicos por su alto contenido de mercurio. Hay empresas que se encargan de su eficiente gestión. Esto es aplicable a todos los residuos peligrosos. Para estos residuos, el hotel deberá habilitar zonas concretas para el almacenamiento temporal hasta la recogida por dichas empresas autorizadas. Este almacenamiento de residuos peligrosos no debería ser prolongado sin necesidad.
- » Se recogerán las pilas y se almacenarán para su posterior tratamiento.
- » Las emisiones producidas por las calderas son altamente contaminantes por lo que, a favor de una correcta gestión de dichas emisiones, se debe comprobar que se cumpla la legalidad y se lleve a cabo un correcto mantenimiento. Una caldera mal ajustada acarrea un sobre consumo del 15%.

Contaminación Lumínica, Atmosférica y de Aguas

- » La iluminación exterior debe estar bien orientada para así disminuir la contaminación lumínica. Se debe adaptar la potencia de la luz según la estancia ya que no todas necesitan la misma intensidad.
- » Es importante realizar una revisión regular de los equipos de aire acondicionado y de refrigeración (cámaras frigoríficas, neveras, etc.) para minimizar las emisiones a la atmósfera de los gases CFC (Gases refrigerantes), cuya liberación a la atmósfera destruye la capa de ozono.
- » El aceite usado de la maquinaria debe ser gestionado adecuadamente, ya que es un residuo muy contaminante.
- » Los restos de pinturas, barnices, disolventes, etc., no deben arrojarse en desagües, ello produce la contaminación de aguas y cursos de ríos. Son considerados residuos peligrosos y por tanto deben tratarse como tales.
- » Los aerosoles son altamente perjudiciales para la capa de ozono.

Un litro de aceite vertido en los cursos de agua, bien sea de cocina bien de los equipos mecánicos, contamina 100.000 litros de agua

Autor (a): Hoyos Guevara, Vanessa

Departamento de Jardinería/Piscina

Para los establecimientos hoteleros es muy importante el mantenimiento de los jardines, ya que embellecen las instalaciones. Por su importancia, le hemos dado un apartado distinto dentro del departamento de mantenimiento. De esta manera será más sencilla y más clara la aplicación de buenas prácticas medioambientales en este sector. El cuidado y respeto por la naturaleza estarán presentes en todo momento.

Se deberá prestar mucha atención tanto al agua como a la maquinaria que se utiliza.

Consumo de Agua

El factor fundamental para el ahorro de agua en los jardines es establecer la forma más eficiente de los métodos de riego.

Limitar la limpieza de zonas comunes con manguera. La limpieza con manguera sin dispositivos limitadores de presión conlleva un consumo excesivo de agua.

Si los jardines y zonas verdes se riegan con técnica de goteo o micro aspersión, en lugar de hacerlo con manguera, se reducirá considerablemente el consumo. Riegar en horas de baja insolación reduce las pérdidas por evaporación. Al regar en horas de sol, el 30% del agua se evapora. La sombra reduce la temperatura del suelo disminuyendo las

pérdidas de agua por evaporación, por lo que las zonas de sombra no deberán ser eliminadas de los jardines.

Utilizar agua depurada para el riego de jardines, en vez de agua potable.

Cerrar el riego automático cuando el agua de lluvia sea suficiente.

Los sistemas de riego fondeo de piscinas permiten la reutilización del agua.

A la hora de plantar, se dará preferencia a las especies autóctonas que demandan menos agua.

Las duchas de piscina ahorran agua si son de bajo consumo o con temporizador.

Algunas medidas de conservación también podrán ayudar al ahorro del consumo de agua:

Eliminar las malas hierbas que provocan un consumo innecesario.

Conservar en buen estado los elementos de riego mediante medidas de prevención.

Evitar las podas severas que dan lugar a crecimientos rápidos y mayores consumos de agua.

Las bocas de riego deberán estar en perfecto estado.

Continuo mantenimiento de las piscinas para evitar fugas.

Residuos/Desechos

Se gestionarán adecuadamente los residuos que este departamento produzca y se segregarán para su posterior reciclaje.

Los materiales orgánicos resultantes de las podas en los jardines pueden ser utilizados para la creación de compost. Hay empresas que compran este compost para la realización de sus abonos.

Para evitar la contaminación de las aguas se deberá:

Minimizar, en la medida de lo posible, el uso de abonos y pesticidas.

Evitar en todo momento que el aceite de la maquinaria llegue al agua por vertidos al suelo o a desagües.

Depurar las aguas residuales antes de ser enviadas al mar ya que contienen materias tóxicas muy contaminantes.

Contaminación Luminica, Atmosférica y de Aguas

La iluminación de los jardines deberá estar bien orientada para así, hacer el menor daño lumínico posible.

En cuanto a la utilización de herbicidas y pesticidas hay que mirar las etiquetas ya que los fabricantes informan sobre el uso y el almacenamiento de los mismos para minimizar los riesgos de seguridad y salud. Se usarán únicamente en las dosis recomendadas.

Siempre que sea posible, utilizar abonos y tratamientos naturales.

Otros

Intentar evitar aquellos materiales que al finalizar su vida útil se transforman en residuos tóxicos.

Procurar que los paisajes de nuestros jardines estén integrados con el medio y que precisen bajos requerimientos de agua, pesticidas, abonos, etc.



Departamentos de Cocina/Restaurante:

La limpieza de utensilios de cocina, deberá hacerse llenando la pila. Así se ahorrarían hasta 80 litros

Lavar la verdura y la fruta en un bol, ahorra unos 10 litros de agua

El grifo del fregadero consume alrededor de 10 litros cada minuto que esté abierto



Consumo de Agua

Deberá evitarse la limpieza de verduras y frutas al grifo. Se consigue disminuir el consumo al hacerlo en recipientes.

Asegurarse de que los grifos tienen dispositivos de limitación de presión.

Consumo Energético

La cocina es un punto clave para el ahorro energético y en la mayoría de los casos sólo hay que modificar algunos comportamientos y malas costumbres.

Cocinar en recipientes y ollas adecuadas al tamaño del fogón. Se recomienda emplear cazuelitas de hierro o acero inoxidable en lugar de aluminio, pues la obtención de estos materiales supone menor gasto energético.

No se llenarán en exceso las ollas.

Los hornos y placas deberán ser limpiados frecuentemente para evitar que las grasas impidan la transmisión del calor, lo que provoca un mayor consumo eléctrico.

Una vez que el agua rompa a hervir, se deberá bajar el fuego al mínimo.

Los sedimentos de las freidoras deberán ser eliminados pues su acumulación reduce la eficacia energética.

Al cocinar, interesa tapar los recipientes y cazuelas. Así se evita la pérdida de calor y un consumo excesivo de energía. Si la cocina es de placa eléctrica, se puede apagar 10 minutos antes de acabar la cocción para aprovechar el calor residual.

Apagar o reducir la potencia de los aparatos de cocina cuando no se utilicen

El lavavajillas debe mantener el termostato a temperaturas no muy altas, puesto que el mayor consumo de energía se produce al calentar el agua.

Los extractores de humo no serán utilizados cuando no sea necesario.

Mantener bien cerradas las puertas de los hornos, pues al abrirlas innecesariamente se pierden entre 25 y 50 grados. Reducir los tiempos de precalentamiento de éstos, ahorra energía.

No introducir los alimentos aún calientes en las cámaras frigoríficas, ni abrir las puertas de las cámaras y neveras innecesariamente, para evitar escapes de frío y consumo energético.

Asegurarse de que las cámaras frigoríficas y congeladores funcionan a la temperatura necesaria, pues si funcionan a una temperatura por debajo de lo necesario, aumentarán el consumo de energía.

Aldar eficazmente las zonas frías de las zonas calientes ayudará en el ahorro de energía.

No utilizar electrodomésticos a media carga.

En los restaurantes, bares y otras áreas del hotel no se deberá obstaculizar la entrada deluz natural con cortinas.

Residuos/Desechos

Para ayudar a la disminución de residuos, se empezará por escoger productos que no lleven muchos envases y embalajes. Cuantos menos mejor.

Separación de residuos (papel-cartón, latas de aluminio, residuos orgánicos, residuos plásticos y vidrio), para su reciclado.

Se reducirá en la medida de la posible la utilización de papel por lo que en el bar y restaurante se usarán, siempre que se pueda, mantiles y servilletas de tela u otro material más duradero que el papel. Se evitará la utilización de elementos de plástico desechable como pueden ser tazas, platos, etc.

Se reutilizarán, siempre que sea posible, los envases vacíos.

Se usarán rejillas en los desagües de las piletas de cocina para retener cualquier material que lleve residuos al agua.

El aceite

de las freidoras debe cubrir la resistencia o elementos calentadores. De lo contrario se pierde hasta un 25% del calor desprendido por éstos

La escarcha crea un aislamiento que puede acarrear un 20% de consumo eléctrico excesivo. Por ello la necesidad de descongelar frigoríficos y congeladores cuando sea necesario

Una vez abierto el horno, se pierden entre 25 y 50 grados de temperatura

Autor (a): Hoyos Guevara, Vanessa

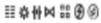
Contaminación Atmosférica y de Aguas

El aceite de cocina usado es un producto contaminante por lo que hay que concienciar al personal de cocina para que no lo vierta a los desagües y almacenarlo en recipientes para su posterior reciclaje.

- El aluminio es un material muy utilizado en las cocinas, pero puede generar residuos tóxicos.
- La limpieza de hornos se llevará a cabo cuando estén calientes, así se evitará el uso de productos agresivos.

Otros

- Se deberá tener especial atención con el ruido en bares, exteriores y discotecas para no provocar contaminación acústica.
- Mantener los contenedores de basura limpios para evitar malos olores y la aparición de insectos y roedores.



Departamento de Compras:

Es importantísimo una buena gestión de compras en materiales, alimentos, repuestos, equipos, electrodomésticos, productos químicos si se aplican buenas prácticas se generan menos residuos y se disminuyen los costos relacionados con su gestión. Se debe sensibilizar a los proveedores dándoles a conocer nuestra política ambiental. Compras deberá tener una idea clara de las ventajas ambientales que un producto puede ofrecer. A la hora de valorar el coste de un producto se tendrán en cuenta los criterios ecológicos.

Residuos/Desechos

- Utilizar preferentemente papel reciclado. Así se evita el que se vierta cloro y colorantes a los ríos.
- Mantener una comunicación directa con el departamento de compras y sus proveedores a la hora de hacer los pedidos de materias, para que éstos tengan los menores envoltorios posibles, y los niveles de contaminación más bajos. Lo que se pretende es reducir los desechos de envases o embalajes, informando a nuestros proveedores y evitando en origen la producción innecesaria de residuos. El departamento de compras tendrá que tener en cuenta, entre otras, las siguientes ecoetiquetas:

Etiqueta ecológica: se otorga a los productos que garantizan un alto nivel de protección ambiental dentro de los siguientes grupos: equipos de oficina, productos de papel, ordenadores, productos de limpieza, electrodomésticos, productos de bricolaje y jardinería, iluminación, camas y colchones, ropa y zapatos.

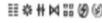
Reciclable: indica que el material de envase es reciclable.

Punto Verde: No supone que el producto tenga unas características ambientales sino que se aplican a aquellos envases adheridos a un sistema integrado de gestión que asegura su recogida, lo que facilita la posterior valorización y reciclado del material.

Esta etiqueta identifica productos y artefactos que utilizan la energía de manera eficiente.

- Una buena rotación de stock, utilizando en primer lugar los productos y materias más antiguos, permitirá generar menos residuos al no haber pérdidas por efecto de la caducidad.
- Se seleccionarán, en lo posible, productos con envases fabricados con materiales reciclados, bio-degradables y retornables.

Una tonelada de papel reciclado ahorra de dos a tres metros cúbicos de madera lo que equivale a una tala de 10 a 12 árboles



- Si el precio y prestaciones de varios productos son semejantes debería optarse por aquellos más duraderos, que consuman menos energía y que sean menos agresivos con el medioambiente.
- Cada vez existen más equipos respetuosos con el medioambiente que, aunque inicialmente pueden resultar más caros, a la larga ahorran dinero.
- Evitar la compra de bebidas en lata y de bebidas en botellas no retornables.
- Se preferirá los envases a granel y los que vengan en envases reutilizables y retornables a los que vienen en envoltorios individuales.

Otros

- Se tratará de evitar la adquisición de productos consumibles o mobiliario manufacturado bajo condiciones de explotación laboral en el tercer mundo.
- Los establecimientos evitarán la utilización de elementos que vayan en contra de los tratados internacionales de la protección de la fauna y flora, así como la utilización de elementos decorativos que provengan del tráfico de animales y plantas.
- Se dará prioridad a los productos locales. En términos económicos, también será más ventajoso.
- Realizar pedidos teniendo en cuenta un correcto cálculo para evitar que se produzcan sobrantes.
- En el procedimiento de compras se cumplirá en todo momento con la legalidad.
- Los detergentes con fosfato son altamente contaminantes por lo que se deberán comprar aquellos que no contengan este elemento.



Departamento de Pisos

Consumo de Agua

- Es una buena práctica medioambiental asegurarse de que la cantidad de agua empleada en la limpieza en general es la adecuada.
- Promover medidas para ahorrar en el lavado de toallas: recomendar a los clientes a través de letreros que sean ellos mismos quienes decidan si deben ser lavadas o no (colocándolas en el suelo o en el suelo). De este modo se reduce el consumo de agua, detergente y suavizante y se da opción a los clientes a contribuir a la mejora ambiental.
- Una de las funciones de este departamento será comunicar lo antes posible a ST (servicio técnico) cualquier fuga de agua o goteo que se pueda encontrar en las habitaciones. ¡La mínima fuga supone una pérdida importante de agua!
- Una vez acabadas las tareas de limpieza de las habitaciones, cerciorarse de que todos los grifos están cerrados correctamente.

Consumo Eléctrico

- Mantener un buen nivel de limpieza en los sistemas de iluminación. Aunque parezca mentira, mantener las bombillas y lámparas limpias permite el ahorro de un 10% en electricidad.
- En lo que a la lavandería se refiere, usar siempre que se pueda, programas de lavado en frío y a plena carga. Se limpiará el filtro de la secadora cada día al final de la jornada.
- Al realizar las labores de limpieza las ventanas y puertas deberían permanecer abiertas únicamente lo necesario para la ventilación, de este modo evitaremos tener que volver a calentar o enfriar el ambiente.
- Descongelar los minibares pues la escarcha provoca un consumo eléctrico innecesario.

Residuos/Desechos

- Las toallas y sábanas viejas se pueden reutilizar como trapos de limpieza. No emplear servilletas o rollos de papel para tal fin, pues se aumenta la cantidad de residuos generados.
- Separar los residuos según el material para su posterior reciclaje.

Un grifo goteando una gota por segundo nos hace derrochar alrededor de 800 litros al mes. Por lo que al año si este no es reparado se derrochan ¡¡¡unos 10.000 litros!!!

Promover un turismo sostenible

La organización mundial del turismo (OMT) dice sobre el turismo sostenible que: "el turismo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vida hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida."

En lo que se refiere a nuestras vacaciones, el primer paso en favor de la protección del medioambiente lo debemos de tomar nosotros mismos, empezando por una correcta y acertada elección en nuestras vacaciones. Con esto nos referimos a todo lo que unas vacaciones engloban, un comportamiento responsable por parte del turista es esencial.

Una vez elegido nuestro destino turístico, es fundamental que el alojamiento que vayamos a contratar esté comprometido con el medioambiente. Cuando nos referimos a un compromiso con el medioambiente, hacemos referencia al cuidado del entorno. Como se ve en este manual de buenas prácticas medioambientales, aquellas empresas, como Rio Hoteles, comprometidas con el medioambiente favorecen un desarrollo turístico sostenible;

mientras que aquellas que por el contrario no tienen ningún tipo de compromiso no favorecen un correcto desarrollo.

A la hora del qué hacer, sería interesante tener en cuenta aspectos socioculturales. Enriquecerse de la cultura, costumbres, gastronomía, fiestas del lugar de destino de nuestras vacaciones... Llevar a cabo actividades de una manera sostenible es posible. Sólo hay que tener una buena actitud. Comprobar que las actividades que realicemos en nuestro tiempo libre, las llevamos a cabo de manera que repercuta lo menos posible en el entorno y esto debe de ser fomentado desde los centros turísticos. Evitar deportes y actividades que supongan un gran impacto sobre la naturaleza. Si hacemos excursiones habrá que tener en cuenta que no seremos los únicos que deseáramos recoger piedras, flores o frutos que se den en la zona. También deberemos evitar tirar basuras. Teniendo en cuenta esto ayudaremos a un turismo sostenible y respetuoso con el medioambiente.

Los recursos naturales (agua, electricidad...) que utilicemos en nuestras vacaciones, al igual que en la vida cotidiana, deberá hacerse con moderación. Al igual que la generación de residuos, los cuales deberían ser minimizados lo máximo posible.



Turismo de calidad hoy.
Turismo de calidad mañana

Autor (a): Hoyos Guevara, Vanessa

Presentación de proforma de lámina de control solar, para la reducción de costos
 La lámina de protección solar es un escudo térmico que mantiene la temperatura regulada en el

Por medio de la presente nos es muy grato saludarlos para presentarles nuestra cotización por el suministro e instalación de los trabajos de la referencia,

OPCION 1

INSTALACION DE LAMINA DE CONTROL SOLAR SOBRE LAMINA YA EXISTENTE.

AREA	ANCHO	ALTO	CANTIDAD	M2
AREA COMUN LUNCH	2.31	1.18	1	3.58
	2.37	1.18	1	2.67
	2.31	1.15	2	7.17
	2.37	1.15	2	7.35
	2.35	1.18	2	7.29
	2.35	1.15	4	14.59
	2.26	1.18	2	7.02
	2.26	1.15	4	14.04

MT2	79.70
LAMINA DE CONTROL SOLAR PR-70	\$ 52.32
PRECIO PARCIAL	\$ 4,169.90
IGV	\$ 750.58
PRECIO TOTAL	\$ 4,920.49

interior. En verano lo mantiene fresco y en invierno no permite que se escape el calor acumulado por la calefacción a través del acristalamiento. Estas láminas bloquean hasta el 99.9% de los dañinos rayos UV.

Evidencia 2

Propuesta de talleres de liderazgo y trabajo en equipo para mejorar el servicio.



Autor (a): Hoyos Guevara, Vanessa

La motivación para el ser humano es vital, sentirnos bien con nosotros mismos y con el prójimo es la mejor terapia para tener una vida saludable, la motivación en el trabajo es indispensable para el desarrollo, cada trabajador busca sus propios intereses, satisfacer sus necesidades y actuar según sus motivaciones. Por lo que un buen líder cuenta con un equipo motivado para alcanzar el éxito, en el ámbito hotelero se requiere un estilo de liderazgo participativo y orientado a las personas que permita cohesión del equipo de trabajo, objetividad para ejecutar las estrategias y desarrollar personas en base a sus fortalezas, donde la ética y la justicia son parte del estilo de dirección del comité ejecutivo de un hotel.

Plan de actividades.

En esta tabla se especifica el plan de actividades para lograr este objetivo.

Liderazgo y trabajo en equipo	
Responsable	Recursos humanos
Meta	Fortalecer el liderazgo y trabajo en equipo para mejorar el servicio
Fecha de inicio	11/05/2022
Fecha final	16/05/2022
Participan	Todas las áreas
Duración	2 horas diarias en 1 semana
Actividades	Metas
Talleres de trabajo en equipo y fortalecer tu espíritu de líder que llevas dentro	<ul style="list-style-type: none"> ▮ Fortalecer y desarrollar las competencias de liderazgo. ▮ Afianzar la motivación del personal y su sentimiento de pertenencia al equipo.

Pasos que permitirán implementar el taller de motivación y liderazgo

1. Aprobación de la propuesta de taller de recursos humanos.
2. Realizar el presupuesto para el desarrollo del taller.
3. Elegir una empresa que brinde los talleres de liderazgo y trabajo en equipo.
4. Comunicar a los colaboradores la fecha, hora y lugar del desarrollo del taller de capacitación.
5. Desarrollo del taller.

Para el desarrollo de este taller se contratará un profesional experto en el tema de liderazgo y trabajo en equipo dirigido a las empresas que brindan servicios utilizando la herramienta mejora

continua kaizen. Es importante recalcar a gerencia de la importancia de las capacitaciones a sus colaboradores porque juega un papel primordial para el logro de tareas y proyectos, dado que, es el proceso mediante el cual los colaboradores adquieren los conocimientos, herramientas, habilidades y actitudes para interactuar en el entorno laboral y cumplir con el trabajo que se les encomienda. Lo más importante es el empleado, si está motivado, trabaja a gusto, hará las cosas bien y el huésped (cliente) será bien atendido y, a su vez, estará satisfecho y, en consecuencia, se conseguirán los objetivos. Es recomendable realizar una vez al año capacitaciones a toda la organización para mejorar y reforzar sus conocimientos.

Presupuesto

Se realizó el siguiente presupuesto para el desarrollo del taller

Presupuesto para fortalecer el liderazgo y trabajo en equipo para mejorar el servicio

Externo	Descripción del servicio	Tiempo	Precio total
Taller de liderazgo y trabajo en equipo	Servicio de capacitación	5 días hábiles	1,000.00
Otros gastos		Cant.	Costo
	Movilidad	2	200.00
	Servicio de coffee break	2	250.00
Total del presupuesto			1,450.00

Temática del taller motivación y liderazgo

Taller de liderazgo y trabajo en equipo
Identificar los principios básicos que rigen la motivación humana
Implantación de kaizen en los servicios
Motivación en la acción hotelera
Comprender el valor y la importancia de los incentivos
Estrategias para mejorar la comunicación interna
El liderazgo kaizer
Relaciones interpersonales. relaciones con personas difíciles
Toma de decisiones

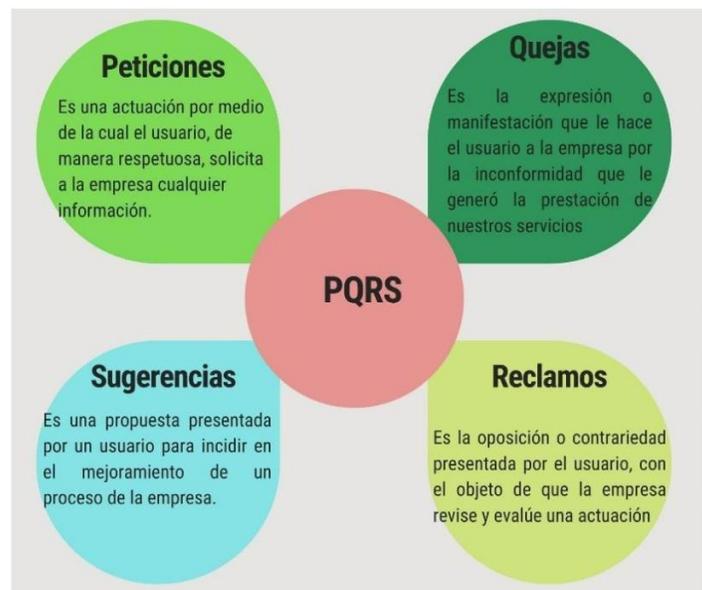
Evidencia 3

Capacitación de procesos de quejas y sugerencias

Implementación del Sistema PQRS

El Sistema de Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias es una herramienta gerencial para el control y mejoramiento continuo de los productos y/o servicios organizacionales. El sistema PQRS permite obtener información de lo que sucede, cuáles son las inquietudes, quejas y sugerencias que tienen los usuarios de los servicios que se relacionan con el cumplimiento de los objetivos de la empresa, entidad u organización. Este sistema facilita a la organización tener alertas tempranas para dar respuesta a inquietudes y establecer acciones para enfrentar las debilidades o amenazas para la institución.

Estrategias



Autor (a): Hoyos Guevara, Vanessa

Objetivos

El objeto de esta capacitación es definir la sistemática para gestionar las quejas y sugerencias de los clientes, porque es necesario conocer las causas que generan insatisfacción al cliente sobre los servicios recibidos y poder obtener del cliente ideas y sugerencias que permitan una permanente adaptación de nuestros servicios a las expectativas y necesidades del cliente.

Actividades

1. Capacitar sobre el uso de la herramienta
2. Gestión de peticiones, quejas, reclamos y sugerencias (PQRS)
3. PQRS Sistema para el control del mejoramiento continuo
4. Importancia de la gestión de PQRS en la excelencia en el servicio
5. Actitudes frente a las PQRS Cuando un cliente manifiesta PQRS
6. Reglas generales en el manejo de las PQRS
7. Como enfrentar el nivel de molestia del cliente:
8. Como elaborar un flujo de proceso de quejas y reclamos

Autor (a): Hoyos Guevara, Vanessa

Recursos y materiales.

- Material didáctico informativo
- Laptop, Proyector multimedia
- Internet
- Herramientas digitales

Área responsable

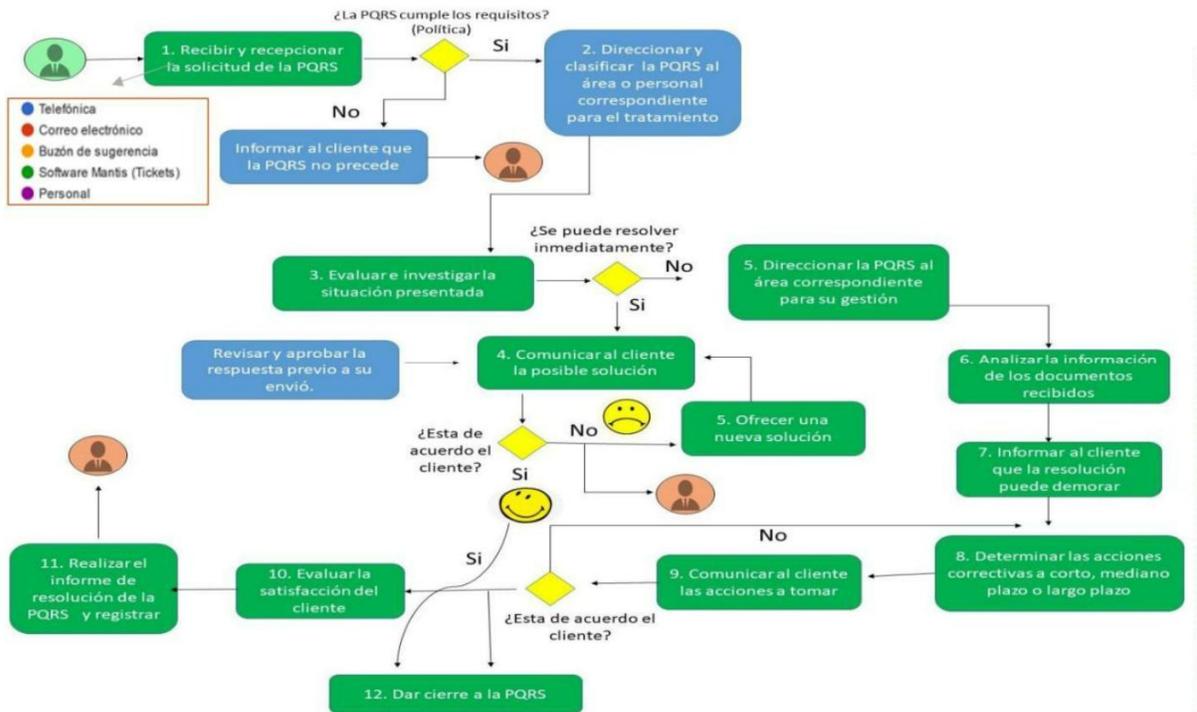
- Gerente de recursos humanos
- Administrador

Resultados esperados.

- Mejorar la satisfacción del cliente
- Reducción de costos
- Facilitar el seguimiento de las peticiones o quejas de los clientes.
- Mejora la imagen de la empresa hotelera
- Aumenta la percepción de los clientes ante algún pqrs que haya enviado.
- Dar una respuesta a todas las quejas receptadas.
- Mantener informado a todo el personal sobre el tratamiento de PQRS.
- El trato al cliente será con amabilidad, calidez, empatía hacia el cliente/reclamante.

Se propone la implantación de un diagrama de flujo en el proceso de atención de las PQRS, que permitirá a la organización establecer una secuencia lógica en la atención y seguimiento de las PQRS, desde la recepción de las incidencias expuestas hasta el cierre de las mismas, mejorando de forma continua la calidad, reduciendo costos, optimizando productividad, incrementando su participación en el mercado e incrementando la rentabilidad de la organización.

Diagrama de flujo del proceso de tratamiento de quejas y reclamos.



Autor (a): Hoyos Guevara, Vanessa

Anexo 3: Instrumento cuantitativo

INSTRUMENTO DE CALIDAD DE SERVICIO (Instrumento cuantitativo)

INSTRUCCIÓN: Estimado colaborador, este cuestionario tiene como objeto conocer su opinión sobre clima organizacional en la empresa. Dicha información es completamente anónima, por lo que le solicito responda todas las preguntas con sinceridad, y de acuerdo a sus propias experiencias.

Sexo: Masculino () Femenino ()

Edad: 25-30 años () 30-35 años () 35 a más ()

Experiencia en la empresa: 0-5 años () 6-10 años () 11 años – a más ()

Condición: Indefinido () Contrato ()

INDICACIONES: A continuación, se le presenta una serie de preguntas las cuales deberá Ud. responder, marcando una (x) la respuesta que considera correcta.

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

ITEMS	ASPECTOS CONSIDERADOS	VALORACIÓN				
	SUB CATEGORÌA TANGIBILIDAD					
1	¿El hotel cuenta con equipos de última generación que cuide el medioambiente?					
2	¿El hotel cuenta con instalaciones confortables y atractivas para la satisfacción del cliente?					
3	¿La apariencia de los colaboradores del hotel va de acuerdo con la imagen que promociona el hotel?					
4	¿Considera que el hotel cuenta con una acertada señalización dentro de sus instalaciones?					
SUB CATEGORÌA CAPACIDAD DE RESPUESTA						
5	¿Los colaboradores tienen disposición para resolver las dudas de los clientes respecto al servicio ofrecido?					
6	¿El hotel cumple con las reservas de sus clientes en el tiempo pactado?					

7	¿Los colaboradores cumplen con las expectativas del cliente respecto al servicio brindado?					
8	¿Los colaboradores tienen disposición para atender a los clientes cuando lo requieren?					
SUB CATEGORÌA EMPATIA						
9	¿Considera que su desempeño en la empresa es adecuado?					
10	¿Considera que la capacitación que le brinda la empresa los ayuda a mejorar sus competencias laborales?					
11	¿Considera que la empresa valora el trabajo que realizan los trabajadores?					
12	¿El gerente del hotel planifica adecuadamente los tiempos para que el colaborador pueda atender las inquietudes de los trabajadores?					
13	¿Considera que la empresa, tiene una atención personalizada con sus huéspedes y se preocupa por sus expectativas?					
SUB CATEGORÌA SEGURIDAD						
14	¿La empresa brinda seguridad a los clientes en sus transacciones?					
15	¿La empresa cumple con los protocolos de bioseguridad impartidos por el Minsa y el MINCETUR ante la Covid – 19?					
16	¿Cuenta con personal capacitado para dar solución frente a algún inconveniente presentado al momento de la prestación del servicio?					
17	¿La empresa brinda seguridad en la información privada y personal de sus clientes?					
18	¿La empresa brinda seguridad a los clientes en sus transacciones?					

Muchas gracias

Anexo 4: Instrumento cualitativo

Entrevista

Concepto de entrevista	Calidad de servicio de la empresa	
Entrevistados		
Entrevistado (Entv.1)	Entrevistado (Entv.2)	Entrevistado (Entv.3)
Gerente general	Administrador	Recepcionista

Categoría problema:

Calidad de servicio

Guía de entrevista

Datos:

Cargo o puesto en que se desempeña:	
Nombres y apellidos	
Código de la entrevista	Entrevistado 1 (Entrev.1)
Fecha	
Lugar de la entrevista	virtual

Nro.	Subcategoría	Indicadores	Preguntas de la entrevista
1	Tangibilidad	Equipamiento de aspecto moderno.	¿Se preocupa la empresa por tener instalaciones confortables y atractivas para el huésped? ¿Por qué?
		Instalaciones físicas visualmente atractivas.	
2	Capacidad de respuesta	Colaboradores comunicativos y asertivos	¿Cuál es su mecanismo de contingencia ante un cliente que se encuentra disconforme con el servicio? ¿Por qué?
		Colaboradores dispuestos a ayudar	¿De qué manera Ud. ¿Considera que la satisfacción de los colaboradores influye en la productividad del servicio?
3	Empatía	Preocupación por los intereses de los clientes	¿Considera que la empresa se preocupa por los intereses y necesidades de sus clientes? ¿Por qué?
		Comprensión por las necesidades de los clientes	
4	Seguridad	Colaboradores que transmiten confianza	¿Cuenta con personal capacitado para dar solución frente a algún inconveniente presentado en el servicio? ¿Por qué?
		Colaboradores capacitados	

Anexo 5: Base de datos

Nro de encuestados	47				
	f	f	f	f	f
Item	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1 ¿El hotel cuenta con equipos de última generación que cuida el medioambiente?	6	12	8	16	5
2 ¿El hotel cuenta con instalaciones confortables y atractivas para la satisfacción del cliente?	4	8	1	22	12
3 ¿La apariencia de los colaboradores del hotel va de acuerdo con la imagen que promociona el hotel?	1	8	6	27	5
4 ¿Considera que el hotel cuenta con una acertada señalización dentro de sus instalaciones?	2	6	3	27	9
5 ¿Los colaboradores tienen disposición para resolver las dudas de los clientes respecto al servicio ofrecido?	5	6	4	20	12
6 ¿El hotel cumple con las reservas de sus clientes en el tiempo pactado?	3	8	7	24	5
7 ¿Los colaboradores cumplen con las expectativas del cliente respecto al servicio brindado?	2	2	5	19	14
8 ¿Los colaboradores tienen disposición para atender a los clientes cuando lo requieren?	1	9	6	23	7
9 ¿Considera que su desempeño en la empresa es adecuado?	2	9	5	26	5
10 ¿Considera que la capacitación que le brinda la empresa los ayuda a mejorar sus competencias laborales?	0	4	6	28	9
11 ¿Considera que la empresa valora el trabajo que realizan los trabajadores?	1	4	8	30	4
12 ¿El gerente del hotel planifica adecuadamente los tiempos para que el colaborador pueda atender las inquietudes de los trabajadores?	3	6	8	23	7
13 ¿Considera que la empresa, tiene una atención personalizada con sus huéspedes y se preocupa por sus expectativas?	2	8	10	22	5
14 ¿La empresa brinda seguridad a los clientes en sus transacciones?	2	9	7	20	9
15 ¿La empresa cumple con los protocolos de bioseguridad impartidos por el Minsa y el MINCETUR ante la Covid – 19?	3	4	5	27	7
16 ¿Cuenta con personal capacitado para dar solución frente a algún inconveniente presentado al momento de la prestación del servicio?	2	2	6	24	11
17 ¿La empresa brinda seguridad en la información privada y personal de sus clientes?	4	9	3	24	7
18 ¿La empresa brinda seguridad a los clientes en sus transacciones?	3	7	5	23	9

Anexo 6: Transcripción de las entrevistas o informe del análisis documental

Guía de entrevista 1

DATOS GENERALES

Cargo o puesto en que se desempeña:	Gerente General
Código de la entrevista:	Rio-001
Fecha:	23/04/2022
Lugar de la entrevista:	Virtual

Preguntas de la entrevista	Respuesta
¿Se preocupa la empresa por tener instalaciones confortables y atractivas para el huésped? ¿Por qué?	Si, la empresa asigna parte del presupuesto en el mantenimiento y actualización de las instalaciones. Esto debido a que hemos tenido algunas quejas correspondientes a partes de la infraestructura que tenían una apariencia gastada.
¿Cuál es su mecanismo de contingencia ante un cliente que se encuentra disconforme con el servicio? ¿Por qué?	Brindar una solución instantánea al problema asumiendo los gastos adicionales que podría traer la solución, ya que para nosotros lo más importante es brindar una buena experiencia al cliente y así esperar que vuelva en el futuro o nos recomiende con sus conocidos.
¿De qué manera Ud. ¿Considera que la satisfacción de los colaboradores influye en la productividad del servicio?	La positividad dentro del ambiente de trabajo vuelve a nuestros colaboradores más eficientes y proactivos, brindando un mejor servicio al cliente o realizando tareas de mejor manera. Nuestros clientes valoran mucho la amabilidad de los empleados y es parte fundamental de la experiencia en cualquier hotel.
¿Considera que la empresa se preocupa por los intereses y necesidades de sus clientes? ¿Por qué?	Definitivamente, los intereses y necesidades de los clientes son nuestra principal prioridad, aunque en ciertas ocasiones estas pueden no tener mucho sentido, lo que dificulta la solución de problemas e incómoda a nuestro personal.
¿Cuenta con personal capacitado para dar solución frente a algún inconveniente presentado en el servicio? ¿Por qué?	Si. Damos gran importancia a la capacitación de nuestros empleados para poder brindar soluciones rápidas y efectivas ante los problemas que podrían presentarse comúnmente. Las capacitaciones son constantes e involucran a todos nuestros empleados de atención al cliente.

Entrevistado 2- Administrador

Preguntas de la entrevista	Respuesta
¿Se preocupa la empresa por tener instalaciones confortables y atractivas para el huésped? ¿Por qué?	Si, la empresa cuenta con equipos para la comodidad del cliente, como calefacción, piscinas, etc. Sin embargo, los equipos que utilizamos podrían modernizarse de manera en que sean más eco amigables.
¿Cuál es su mecanismo de contingencia ante un cliente que se encuentra disconforme con el servicio? ¿Por qué?	En primera instancia hablar con el cliente insatisfecho para tratar de solucionar el problema y buscar soluciones en el acto, y tal vez ofrecerles un up grade, un servicio extra, etc.
¿De qué manera Ud. ¿Considera que la satisfacción de los colaboradores influye en la productividad del servicio?	Es muy importante hacer sentir bien a nuestros colaboradores, ya que ellos son el principal motor de la empresa, creando un ambiente laboral positivo, y se sientan motivados y felices en todo aspecto.
¿Considera que la empresa se preocupa por los intereses y necesidades de sus clientes? ¿Por qué?	Si, porque siempre estamos buscando innovar y brindar el mejor servicio con todas las facilidades y servicios que un hospedado podría esperar.
¿Cuenta con personal capacitado para dar solución frente a algún inconveniente presentado en el servicio? ¿Por qué?	No completamente, no contamos con buenos filtros para la contratación del personal y recurrimos a la constante capacitación.

Entrevistado 3- Recepcionista

Preguntas de la entrevista	Respuesta
¿Se preocupa la empresa por tener instalaciones confortables y atractivas para el huésped? ¿Por qué?	Si, contamos con instalaciones que tienen como principal prioridad brindar una estadía cómoda para nuestros clientes, así como para cubrir todas las necesidades que podrían tener durante su estadía.
¿Cuál es su mecanismo de contingencia ante un cliente que se encuentra disconforme con el servicio? ¿Por qué?	El cliente siempre tiene la razón, porque de ellos depende la existencia de la empresa y el incremento de huéspedes, están pagando por un servicio de calidad, evaluamos los hechos para llegar a una pronta solución y ofrecerle un valor agregado a su requerimiento.
¿De qué manera Ud. ¿Considera que la satisfacción de los colaboradores influye en la productividad del servicio? ¿Por qué?	Consideramos que la satisfacción de nuestros colaboradores influye de manera fundamental ya que estos representan la imagen de nuestro hotel, por esta razón nos preocupamos por las necesidades de nuestros trabajadores.
¿Considera que la empresa se preocupa por los intereses y necesidades de sus clientes? ¿Por qué?	No particularmente, la empresa se preocupa mayormente por su imagen y por consecuencia, la atención al cliente es uno de los temas más importantes al momento de mejorar la imagen de la empresa, así como la limpieza, infraestructura, etc.
¿Cuenta con personal capacitado para dar solución frente a algún inconveniente presentado en el servicio? ¿Por qué?	Si, todo nuestro personal está capacitado para brindar cualquier solución de nuestros clientes, gerencia hace seguimiento de los incidentes que ocurra en nuestro establecimiento. Porque queremos ofrecerle todas las facilidades de solución y un servicio de calidad.

Anexo 7: Pantallazos del Atlas. Ti

Administrador de grupos de códigos

Nombre	Tamaño	Creado por	Creado	Modificado por	Modificado
Capacidad de...	3	vanessa hoyos	29/04/2022 00:22	vanessa hoyos	29/04/2022 00:22
Categoría Calid...	16	vanessa hoyos	29/04/2022 00:43	vanessa hoyos	29/04/2022 00:43
Empatía	3	vanessa hoyos	29/04/2022 00:23	vanessa hoyos	29/04/2022 00:23
Seguridad	3	vanessa hoyos	29/04/2022 00:23	vanessa hoyos	29/04/2022 00:23
Tangibilidad	3	vanessa hoyos	29/04/2022 00:09	vanessa hoyos	29/04/2022 00:09

Códigos en grupo:

- C1.2.1 Colaboradores comunicativos y asertivos
- C1.2.2 Colaboradores dispuestos a ayudar
- C1.2.3 Colaboradores creativos y recursivos

Códigos no en grupo:

- C1.1 Tangibilidad
- C1.1.1 Equipamiento de aspecto moderno
- C1.1.2 Instalaciones físicas visualmente atractivas
- C1.1.3 Apariencia integral de los colaboradores
- C1.2 Capacidad de Respuesta
- C1.3 Empatía
- C1.3.1 Preocupación por los intereses de los cli...
- C1.3.2 Comprensión por las necesidades de los...

5 grupos de códigos | 3 códigos en grupo | 13 no en grupo

Documento

D 9: Guía de Entrevista

DATOS GENERALES	
Cargo o puesto en que se desempeña:	Gerente General
Código de la entrevista:	Rio-001
Fecha:	23/04/2022
Lugar de la entrevista:	Virtual

Preguntas de la entrevista	Respuesta
¿Se preocupa la empresa por tener instalaciones confortables y atractivas para el huésped? ¿Por qué?	Si, porque nuestro objetivo es tener clientes siempre felices y mejor aún en el que puedan relajarse y se ll experiencia.
¿Cuál es su mecanismo de contingencia ante un cliente que se encuentra disconforme con el servicio? ¿Por qué?	Responder de manera rápida y adecuada solución de su molestia, con mucha paciencia; porque para nosotros es importante que nuestros clientes se encuentren siempre
¿De qué manera Ud. considera que la satisfacción de los colaboradores influye en la productividad del servicio?	Si nosotros contamos con colaborado felices, que laboran en un ambiente p aman su trabajo, ellos reflejarán disposición con nuestros huéspedes colaboradores estarán dispuestos enton pasar al huésped una agradable estadia instalaciones.
¿Considera que la empresa se preocupa por los intereses y necesidades de sus clientes? ¿Por qué?	Por supuesto que nos preocupamos por de nuestros clientes internos como exter trabajamos en conjunto por los intereses clientes.

ATLAS.ti | 100%

Tesis de Calidad de servicio - ATLAS.ti - Sin licenciamiento

Administrar redes

Archivo Inicio Buscar & Codificar Analizar Importar & Exportar Herramientas Ayuda Redes Buscar & Filtrar Vista

Crear grupo
 Crear grupo inteligente
 Duplicar
 Renombrar red
 Eliminar
 Abrir administrador de grupos
 Mostrar en la red
 Exportar a Excel

Nuevo Administrar Explorar Analizar

Explorador del proyecto

Administrador de documentos D 9: Guia de Entrevista Administrador de grupos de códigos Administrador de redes

Buscar

Tesis de Calidad de servicio

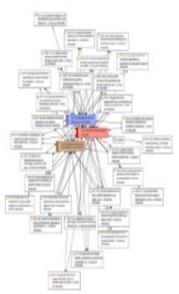
- Documentos (1)
- Códigos (16)
- Memos (0)
- Redes (6)
- Grupos de documentos
- Grupos de códigos (5)
 - Capacidad de Respu
 - Categoría Calidad de
 - Empatía (3)
 - Seguridad (3)
 - Tangibilidad (3)
- Grupos de memos (0)
- Grupos de redes (0)
- Transcripciones de multi

Empatía

Red Nodos Exportar Vista

Crear un derivado de la red
 Crear código
 Crear grupo
 Editar comentario de la red
 Abrir red
 Editar comentario de la entidad
 Renombrar la entidad
 Color
 Crear vínculo
 Cortar vínculo
 Invertir vínculo
 Admin

Nuevo Red Entidades Vinculos



Creado por	Modificado por	Creado	Modificado
vanessa hoyos	vanessa hoyos	29/04/2022 00:27	29/04/2022 00:28
vanessa hoyos	vanessa hoyos	29/04/2022 00:47	29/04/2022 00:54
vanessa hoyos	vanessa hoyos	29/04/2022 00:29	29/04/2022 00:30
vanessa hoyos	vanessa hoyos	30/04/2022 00:02	30/04/2022 00:03
vanessa hoyos	vanessa hoyos	29/04/2022 00:32	29/04/2022 00:32
vanessa hoyos	vanessa hoyos	29/04/2022 00:14	29/04/2022 00:20

Comentario:

No hay nada que mostrar.

Anexo 8: Fichas de validación de la propuesta.

Ficha de validez del cuestionario

Nro.	Ítems	Suficiencia					Claridad					Coherencia					Relevancia					Observaciones Si el ítem no cumple con los criterios indicar las observaciones
		Importancia y congruencia del ítem.					Ítem adecuado en forma y fondo.					Relación del ítem con el indicador, sub categoría y categoría					Importancia y solidez del ítem.					
		1	2	3	4	Pje.	1	2	3	4	Pje.	1	2	3	4	Pje.	1	2	3	4	Pje.	
Sub categoría 1: Tangibilidad		El ítem no es suficiente para medir la sub categoría o indicador.																				Todos los ítems cumplen con los criterios respectivos.
1	¿El hotel cuenta con equipos de última generación que cuide el medioambiente?	No existe relación entre el ítem, sub categoría e indicador.																				
2	¿El hotel cuenta con instalaciones confortables y atractivas para la satisfacción del cliente?	Es necesario incrementar los ítems.																				
3	¿La apariencia de los colaboradores del hotel va de acuerdo con la imagen que promociona el hotel?	Es suficiente el número de ítems, son congruentes con las subcategorías y la categoría.																				
4	¿Considera que el hotel cuenta con una acertada señalización dentro de sus instalaciones?	La redacción del ítem no es clara/redundante.																				
Sub categoría 2: Capacidad de Respuesta		El ítem requiere modificaciones en base al marco conceptual.																				Todos los ítems cumplen con los criterios respectivos.
5	¿Los colaboradores tienen disposición para resolver las dudas de los clientes respecto al servicio ofrecido?	Es necesaria la modificación del ítem.																				
6	¿El hotel cumple con las reservas de sus clientes en el tiempo pactado?	El ítem es claro, tiene semántica y es adecuado.																				
7	¿Los colaboradores cumplen con las expectativas del cliente respecto al servicio brindado?	El ítem es relevante y debe ser incluido en el instrumento.																				
8	¿Los colaboradores tienen disposición para atender a los clientes cuando lo requieren?	El ítem requiere aún modificaciones para ser relevante.																				
Sub categoría 3: Empatía		El ítem es relevante y debe ser incluido en el instrumento.																				Todos los ítems cumplen con los criterios respectivos.
9	¿Considera que su desempeño en la empresa es adecuado?	La eliminación del ítem no afecta al indicador, subcategoría y categoría.																				
10	¿Considera que la capacitación que le brinda la empresa los ayuda a mejorar sus competencias laborales?	El ítem no mide de manera relevante el indicador, subcategoría y categoría.																				
11	¿Considera que la empresa valora el trabajo que realizan los trabajadores?	El ítem requiere aún modificaciones para ser relevante.																				
12	¿El gerente del hotel planifica adecuadamente los tiempos para que el colaborador pueda atender las inquietudes de los trabajadores?	El ítem es relevante y debe ser incluido en el instrumento.																				

CERTIFICADO DE EVALUACIÓN DE CONTENIDO DE LA ENTREVISTA AL GERENTE GENERAL, ADMINISTRADOR, RECEPCIÓN.

Nº.	Formulación de los ítems/ preguntas abiertas	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Construcción gramatical ³		Observaciones	Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No		
1	¿Se preocupa la empresa por tener instalaciones confortables y atractivas para el huésped? ¿Por qué?	X		X		X			
2	¿Cuál es su mecanismo de contingencia ante un cliente que se encuentra disconforme con el servicio? ¿Por qué?	X		X		X			
3	¿De qué manera Ud. considera que la satisfacción de los colaboradores influye en la productividad del servicio?	X		X		X			
4	¿Considera que la empresa se preocupa por los intereses y necesidades de sus clientes? ¿Por qué?	X		X		X			
5	¿Cuenta con personal capacitado para dar solución frente a algún inconveniente presentado en el servicio? ¿Por qué?	X		X		X			

DE APLICABILIDAD DE LA ENTREVISTA:

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si aplica

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Nombres y Apellidos	Zulema Inés Hassinger Gonzales	DNI N°	09410088
Condición en la universidad	Docente tiempo parcial	Teléfono / Celular	941 363 621
Años de experiencia	10	Firma	
Título profesional/ Grado académico	Doctor en turismo	Lugar y fecha	20/04/22
Metodólogo/ temático	Temático		

¹**Pertinencia:** La pregunta abierta corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** La pregunta abierta es apropiado para representar al componente o subcategoría específica del constructo

³**Cosntrucción gramatical:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado de la pregunta, es abierta y permite que el entrevistado se desenvuelva.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando las preguntas formuladas son suficientes para medir la subcategoría.

Ficha de validez del cuestionario

Nro.	Ítems	Suficiencia					Claridad					Coherencia					Relevancia					Observaciones Si el ítem no cumple con los criterios indicar las observaciones																			
		Importancia y congruencia del ítem.					Ítem adecuado en forma y fondo.					Relación del ítem con el indicador, sub categoría y categoría					Importancia y solidez del ítem.																								
		1	2	3	4	Pje.	1	2	3	4	Pje.	1	2	3	4	Pje.	1	2	3	4	Pje.																				
Sub categoría 1: Tangibilidad		<p>El ítem no es suficiente para medir la sub categoría o indicador.</p> <p>No existe relación entre el ítem, sub categoría e indicador.</p> <p>Es necesario incrementar los ítems.</p> <p>Es suficiente el número de ítems, son congruentes con las subcategorías y la categoría.</p> <p>La redacción del ítem no es clara/redundante.</p> <p>El ítem requiere modificaciones en base al marco conceptual.</p> <p>Es necesaria la modificación del ítem.</p> <p>El ítem es claro, tiene semántica y es adecuado.</p> <p>No existe coherencia entre la categoría, sub categoría, indicador e ítems.</p> <p>Existe escasa relación entre la categoría, sub categoría, indicador e ítems.</p> <p>Existe regular relación entre la categoría, sub categoría, indicador e ítems.</p> <p>Existe relación alta y exigida entre la categoría, sub categoría, indicador e ítems.</p> <p>La eliminación del ítem no afecta al indicador, subcategoría y categoría.</p> <p>El ítem no mide de manera relevante el indicador, subcategoría y categoría</p> <p>El ítem requiere aún modificaciones para ser relevante.</p> <p>El ítem es relevante y debe ser incluido en el instrumento.</p>																				<p>Todos los ítems cumplen con los criterios respectivos.</p>																			
1	¿El hotel cuenta con equipos de última generación que cuide el medioambiente?					4					4					4					4																				
2	¿El hotel cuenta con instalaciones confortables y atractivas para la satisfacción del cliente?					4					4					4					4																				
3	¿La apariencia de los colaboradores del hotel va de acuerdo con la imagen que promociona el hotel?					4					4					4					4																				
4	¿Considera que el hotel cuenta con una acertada señalización dentro de sus instalaciones?					4					4					4					4																				
Sub categoría 2: Capacidad de Respuesta		<p>El ítem no es suficiente para medir la sub categoría o indicador.</p> <p>No existe relación entre el ítem, sub categoría e indicador.</p> <p>Es necesario incrementar los ítems.</p> <p>Es suficiente el número de ítems, son congruentes con las subcategorías y la categoría.</p> <p>La redacción del ítem no es clara/redundante.</p> <p>El ítem requiere modificaciones en base al marco conceptual.</p> <p>Es necesaria la modificación del ítem.</p> <p>El ítem es claro, tiene semántica y es adecuado.</p> <p>No existe coherencia entre la categoría, sub categoría, indicador e ítems.</p> <p>Existe escasa relación entre la categoría, sub categoría, indicador e ítems.</p> <p>Existe regular relación entre la categoría, sub categoría, indicador e ítems.</p> <p>Existe relación alta y exigida entre la categoría, sub categoría, indicador e ítems.</p> <p>La eliminación del ítem no afecta al indicador, subcategoría y categoría.</p> <p>El ítem no mide de manera relevante el indicador, subcategoría y categoría</p> <p>El ítem requiere aún modificaciones para ser relevante.</p> <p>El ítem es relevante y debe ser incluido en el instrumento.</p>																				<p>Todos los ítems cumplen con los criterios respectivos.</p>																			
5	¿Los colaboradores tienen disposición para resolver las dudas de los clientes respecto al servicio ofrecido?					4					4					4					4																				
6	¿El hotel cumple con las reservas de sus clientes en el tiempo pactado?					4					4					4					4																				
7	¿Los colaboradores cumplen con las expectativas del cliente respecto al servicio brindado?					4					4					4					4																				

OPINIÓN DE APLICABILIDAD DEL CUESTIONARIO:

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si aplica.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Nombres y Apellidos	David Flores Zafrá	DNI N°	41541647
Condición en la universidad	Docente	Teléfono / Celular	51 941 363 621
Años de experiencia	4	Firma	
Título profesional/ Grado académico	Doctor en Administración	Lugar y fecha	20/04/22
Metodólogo/ temático	Metodólogo		

¹**Pertinencia:** La pregunta abierta corresponde al concepto teórico formulado.²**Relevancia:** La pregunta abierta es apropiado para representar al componente o subcategoría específica del constructo³**Cosntrucción gramatical:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado de la pregunta, es abierta y permite que el entrevistado se desenvuelva.**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando las preguntas formuladas son suficientes para medir la subcategoría.

CERTIFICADO DE EVALUACIÓN DE CONTENIDO DE LA ENTREVISTA AL GERENTE GENERAL, ADMINISTRADOR, RECEPCIÓN.

N°.	Formulación de los ítems/ preguntas abiertas	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Construcción gramatical ³		Observaciones	Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No		
1	¿Se preocupa la empresa por tener instalaciones confortables y atractivas para el huésped? ¿Por qué?	X		X		X			
2	¿Cuál es su mecanismo de contingencia ante un cliente que se encuentra disconforme con el servicio? ¿Por qué?	X		X		X			
3	¿De qué manera Ud. considera que la satisfacción de los colaboradores influye en la productividad del servicio?	X		X		X			
4	¿Considera que la empresa se preocupa por los intereses y necesidades de sus clientes? ¿Por qué?	X		X		X			
5	¿Cuenta con personal capacitado para dar solución frente a algún inconveniente presentado en el servicio? ¿Por qué?	X		X		X			

DE APLICABILIDAD DE LA ENTREVISTA:

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si aplica

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Nombres y Apellidos	David Flores Zafra	DNI N°	41541647
Condición en la universidad	Docente	Teléfono / Celular	51 941 363 621
Años de experiencia	4	Firma	
Título profesional/ Grado académico	Doctor en Administración	Lugar y fecha	20/04/22
Metodólogo/ temático	Metodólogo		

¹**Pertinencia:** La pregunta abierta corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** La pregunta abierta es apropiado para representar al componente o subcategoría específica del constructo

³**Cosntrucción gramatical:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado de la pregunta, es abierta y permite que el entrevistado se desenvuelva.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando las preguntas formuladas son suficientes para medir la subcategoría.

Ficha de validez del cuestionario

Nro.	Ítems	Suficiencia					Claridad					Coherencia					Relevancia					Observaciones Si el ítem no cumple con los criterios indicar las observaciones																				
		Importancia y congruencia del ítem.					Ítem adecuado en forma y fondo.					Relación del ítem con el indicador, sub categoría y categoría					Importancia y solidez del ítem.																									
		1	2	3	4	Pje.	1	2	3	4	Pje.	1	2	3	4	Pje.	1	2	3	4	Pje.																					
Sub categoría 1: Tangibilidad																						El ítem no es suficiente para medir la sub categoría o indicador. No existe relación entre el ítem, sub categoría e indicador. Es necesario incrementar los ítems. Es suficiente el número de ítems, son congruentes con las subcategorías y la categoría.	La redacción del ítem no es clara/redundante. El ítem requiere modificaciones en base al marco conceptual. Es necesaria la modificación del ítem. El ítem es claro, tiene semántica y es adecuado.	No existe coherencia entre la categoría, sub categoría, indicador e ítems. Existe escasa relación entre la categoría, sub categoría, indicador e ítems. Existe regular relación entre la categoría, sub categoría, indicador e ítems. Existe relación alta y exigida entre la categoría, sub categoría, indicador e ítems.	La eliminación del ítem no afecta al indicador, subcategoría y categoría. El ítem no mide de manera relevante el indicador, subcategoría y categoría. El ítem requiere aún modificaciones para ser relevante. El ítem es relevante y debe ser incluido en el instrumento.																	Todos los ítems cumplen con los criterios respectivos.
1	¿El hotel cuenta con equipos de última generación que cuide el medioambiente?				4					4																																
2	¿El hotel cuenta con instalaciones confortables y atractivas para la satisfacción del cliente?				4					4																																
3	¿La apariencia de los colaboradores del hotel va de acuerdo con la imagen que promociona el hotel?				4					4																																
4	¿Considera que el hotel cuenta con una acertada señalización dentro de sus instalaciones?				4					4																																
Sub categoría 2: Capacidad de Respuesta																																										Todos los ítems cumplen con los criterios respectivos.
5	¿Los colaboradores tienen disposición para resolver las dudas de los clientes respecto al servicio ofrecido?				4					4																																
6	¿El hotel cumple con las reservas de sus clientes en el tiempo pactado?				4					4																																
7	¿Los colaboradores cumplen con las expectativas del cliente respecto al servicio brindado?				4					4																																
8	¿Los colaboradores tienen disposición para atender a los clientes cuando lo requieren?				4					4																																
Sub categoría 3: Empatía																																										Todos los ítems cumplen con los criterios respectivos.
9	¿Considera que su desempeño en la empresa es adecuado?				4					4																																
10	¿Considera que la capacitación que le brinda la empresa los ayuda a mejorar sus competencias laborales?				4					4																																
11	¿Considera que la empresa valora el trabajo que realizan los trabajadores?				4					4																																
12	¿El gerente del hotel planifica adecuadamente los tiempos para que el colaborador pueda atender las inquietudes de los trabajadores?				4					4																																
13	¿Considera que la empresa, tiene una atención personalizada con sus huéspedes y se preocupa por sus expectativas?				4					4																																

CERTIFICADO DE EVALUACIÓN DE CONTENIDO DE LA ENTREVISTA AL GERENTE GENERAL, ADMINISTRADOR, RECEPCIÓN.

N°.	Formulación de los ítems/ preguntas abiertas	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Construcción gramatical ³		Observaciones	Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No		
1	¿Se preocupa la empresa por tener instalaciones confortables y atractivas para el huésped? ¿Por qué?	X		X		X			
2	¿Cuál es su mecanismo de contingencia ante un cliente que se encuentra disconforme con el servicio? ¿Por qué?	X		X		X			
3	¿De qué manera Ud. ¿Considera que la satisfacción de los colaboradores influye en la productividad del servicio?	X		X		X			
4	¿Considera que la empresa se preocupa por los intereses y necesidades de sus clientes? ¿Por qué?	X		X		X			
5	¿Cuenta con personal capacitado para dar solución frente a algún inconveniente presentado en el servicio? ¿Por qué?	X		X		X			

DE APLICABILIDAD DE LA ENTREVISTA:

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si aplica

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Nombres y Apellidos	Pietro Pablo Guissepi Dondero Cassano	DNI N°	43571188
Condición en la universidad	Docente tiempo completo	Teléfono / Celular	996993863
Años de experiencia	22 años	Firma	
Título profesional/ Grado académico	Doctor en administración		
Metodólogo/ temático	Temático	Lugar y fecha	20/04/22

¹**Pertinencia:** La pregunta abierta corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** La pregunta abierta es apropiado para representar al componente o subcategoría específica del constructo

³**Cosntrucción gramatical:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado de la pregunta, es abierta y permite que el entrevistado se desenvuelva.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando las preguntas formuladas son suficientes para medir la subcategoría.

Anexo 9: Certificación de validez de investigación holística

FICHA DE EVALUACION DE TESIS HOLÍSTICA	
Título de la Tesis	Propuesta de mejora continua utilizando 3R, Kaizen, PQRS para mejorar la calidad del servicio en una empresa hotelera, Tarapoto 2022.
Datos del Estudiante	Deyli Vanessa Hoyos Guevara
Fecha de evaluación (dd/mm/aaaa):	04/07/2022
Nombre del asesor temático:	Dra. Zulema Hassinger Gonzales

PUNTUACIÓN	
1	La tesis NO cumple con los criterios establecidos.
2	La tesis requiere cambios mayores para cumplir requisitos (especificar los cambios sugeridos).
3	La tesis requiere cambios menores para cumplir requisitos (especificar los cambios sugeridos).
4	La tesis si cumple con los criterios para la sustentación.

INVESTIGACIÓN HOLÍSTICA

Criterios	Puntaje	Comentarios o Recomendaciones (obligatorios)
1. TÍTULO		
<ul style="list-style-type: none"> El título es conciso e informativo de la objetivo principal del escrito (max. 20 palabras) Cumple con identificar la categoría solución y problema. 	4	
2. RESUMEN		
<ul style="list-style-type: none"> Entrega información necesaria que oriente al lector a identificar de qué se trata la investigación. Incorpora los objetivos del estudio, metodología, resultados y conclusiones. 	4	
3. INTRODUCCION		
<ul style="list-style-type: none"> Entrega información sobre la problemática a nivel internacional y nacional. Describe el problema, objetivos de investigación, justificación y relevancia. 	4	
4. MARCO TEÓRICO		
<ul style="list-style-type: none"> Conceptos coherentes y articulados con la metodología holística. Brinda conceptos de la categoría solución y problema (mínimo 4 hojas). Utiliza antecedentes internacionales y nacionales que guardan relación con el estudio. 	4	
5. METODOLOGIA		
<ul style="list-style-type: none"> Describe el enfoque metodológico, el tipo, diseño, sintagma y métodos. 	4	

Criterios	Puntaje	Comentarios o Recomendaciones (obligatorios)
<ul style="list-style-type: none"> • Expone con claridad el procesamiento de la información y obtención de los datos. • Especifica la forma en la que las herramientas han sido validadas y los resultados comprobados. 		
6. RESULTADOS		
<ul style="list-style-type: none"> • Entrega los resultados de manera organizada para la parte cuantitativa y cualitativa. • La triangulación se alinea a los resultados cuantitativos, cualitativos y teorías. • La propuesta está representada en 3 objetivos, claros y pertinentes para su realización. 	4	
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		
<ul style="list-style-type: none"> • Las conclusiones atienden y guardan relación con los objetivos del estudio. • Entrega recomendaciones, discute, reflexiona sobre los resultados obtenidos. 	4	
8. COHERENCIA GENERAL		
<ul style="list-style-type: none"> • Correspondencia entre título, problema abordado, los objetivos, marco teórico, metodología, propuestas y conclusiones. 	4	
9. APORTE		
<ul style="list-style-type: none"> • Evidencia el aporte crítico del autor mediante sus propuestas de solución. 	4	
10. MANEJO DE CITAS		
<ul style="list-style-type: none"> • Predominan fuentes actualizadas, de preferencia antigüedad 5 años. • Existe un equilibrio entre la cantidad de citas y el aporte del autor • Atiende las normas APA séptima edición. 	4	
VALORACIÓN PROMEDIO (Sumatoria del puntaje/10)	40	
RECOMENDACIONES GENERALES		

DICTAMEN DE EVALUACIÓN TEMÁTICA

Marque la casilla correspondiente a su criterio de evaluación respecto al documento arbitrado.

Recomendación	Marque con X
Sustentar sin modificaciones	X
Sustentar con modificaciones sugeridas	
No sustentar	



temático

Anexo 10: Evidencia Turnitin

Propuesta de mejora continua utilizando 3R, Kaizen y PQRS para mejorar la calidad del servicio en una empresa hotelera, Tarapoto 2022

ORIGINALITY REPORT

19% SIMILARITY INDEX	17% INTERNET SOURCES	2% PUBLICATIONS	8% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universidad Wiener Student Paper	4%
2	repositorio.uwiener.edu.pe Internet Source	3%
3	repositorio.uss.edu.pe Internet Source	1%
4	analitica.com Internet Source	1%
5	yohana-tareasdc.blogspot.com Internet Source	<1%
6	dialnet.unirioja.es Internet Source	<1%
7	docs.google.com Internet Source	<1%

Anexo 11: Matriz de trabajo

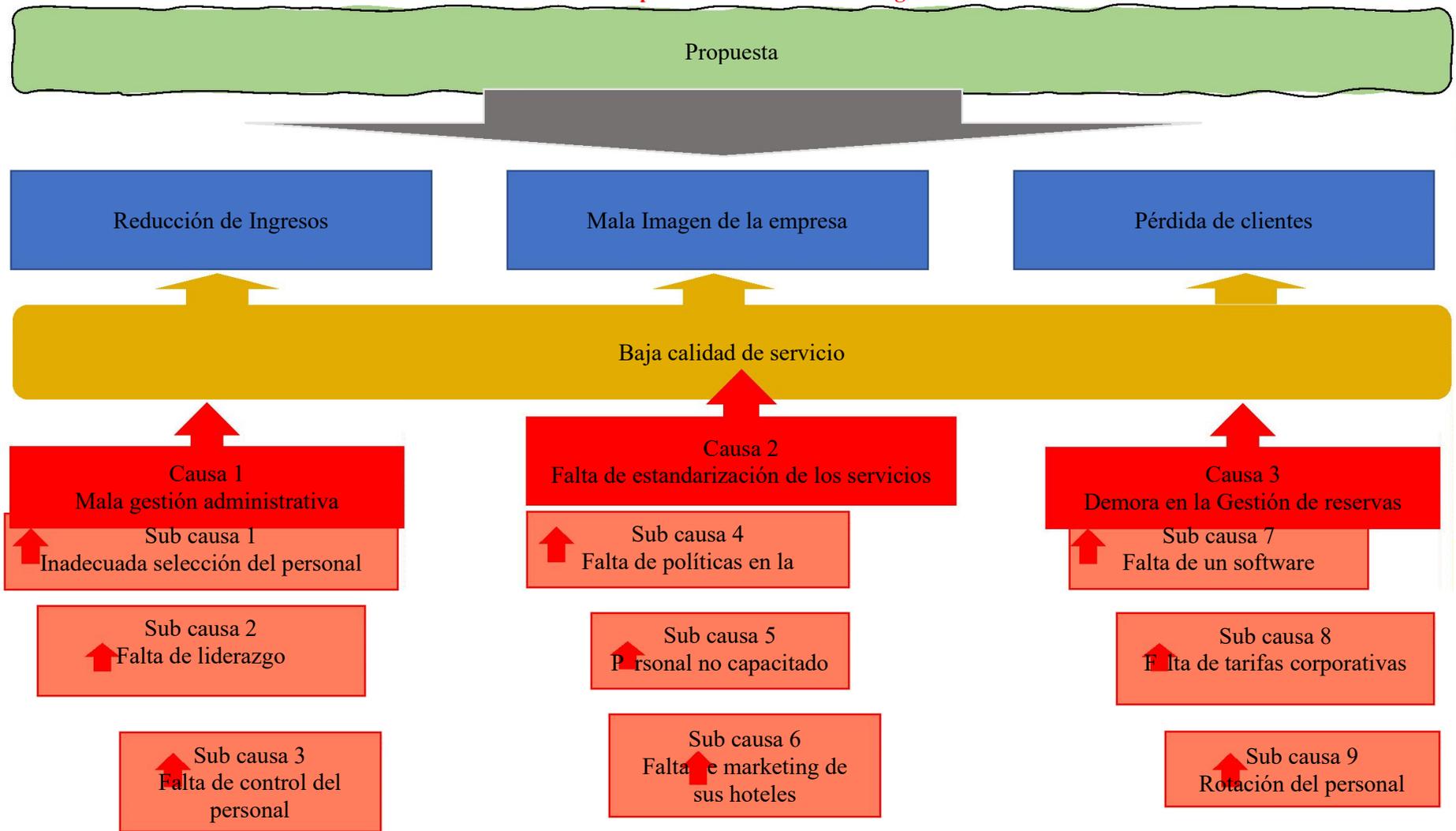
Matriz 1. Fuentes de información para el problema a nivel internacional

Problema de investigación a nivel internacional Categoría del problema: calidad del servicio					
Informe mundial 1		Informe mundial 2		Informe mundial 3	
Palabras claves del informe	Calidad	Palabras claves del informe	Calidad	Palabras claves del informe	Calidad
Título del informe	La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México	Título del informe	Método de evaluación de la calidad del servicio de una unidad de atención al usuario en una empresa de servicio de agua en Colombia.	Título del informe	Sistema de gestión y control de la calidad Norma ISO 9001:2015
En una investigación mexicana se evidencio que la calidad en el servicio se estima una opción para que las organizaciones logren obtener una virtud competitiva y sustentable en un ámbito económico globalizado. Las pequeñas y medianas organizaciones tienen que dar más importancia a la calidad en el servicio que las grandes empresas, y de esta forma obtener la preferencia de los consumidores.		En un estudio colombiano se planteó un procedimiento de evaluación de la calidad del servicio en atención al cliente en una empresa de servicios. Apoyados en la fundamentación teórica vinculada a la calidad del servicio y el término de 6 Sigma; se identificaron las magnitudes de calidad del servicio para consolidar la valoración de dichos y examinar los resultados en términos de deficiencias por piezas por millón (DPMO), grado sigma y rendimiento.		Hoy en día, las empresas tienen que enfrentarse a muchos desafíos existentes en su ámbito geográfico, donde resalta primordialmente la competencia de los productos y servicios que genera, en pro de conseguir colocar su mercancía en el mercado tanto nacional como internacional. Asimismo, se torna imprescindible que la organización posea las condiciones de competir en aquel medio, siendo entonces un componente diferencial ofertar un bien que contenga la calidad y paralelamente pueda saciar las necesidades del comprador, para esto se debería buscar la optimización continua, la satisfacción de los consumidores y la estandarización, y control de los procesos.	
Evidencia del registro en Ms word	(Silva y otros, 2021)	(Fontalvo et al., Método de evaluación de la calidad del servicio de una unidad de atención al usuario en una empresa de servicio de agua en Colombia, 2020)		(Carriel et al., 2018)	

Matriz 2. Fuentes de información para el problema a nivel nacional

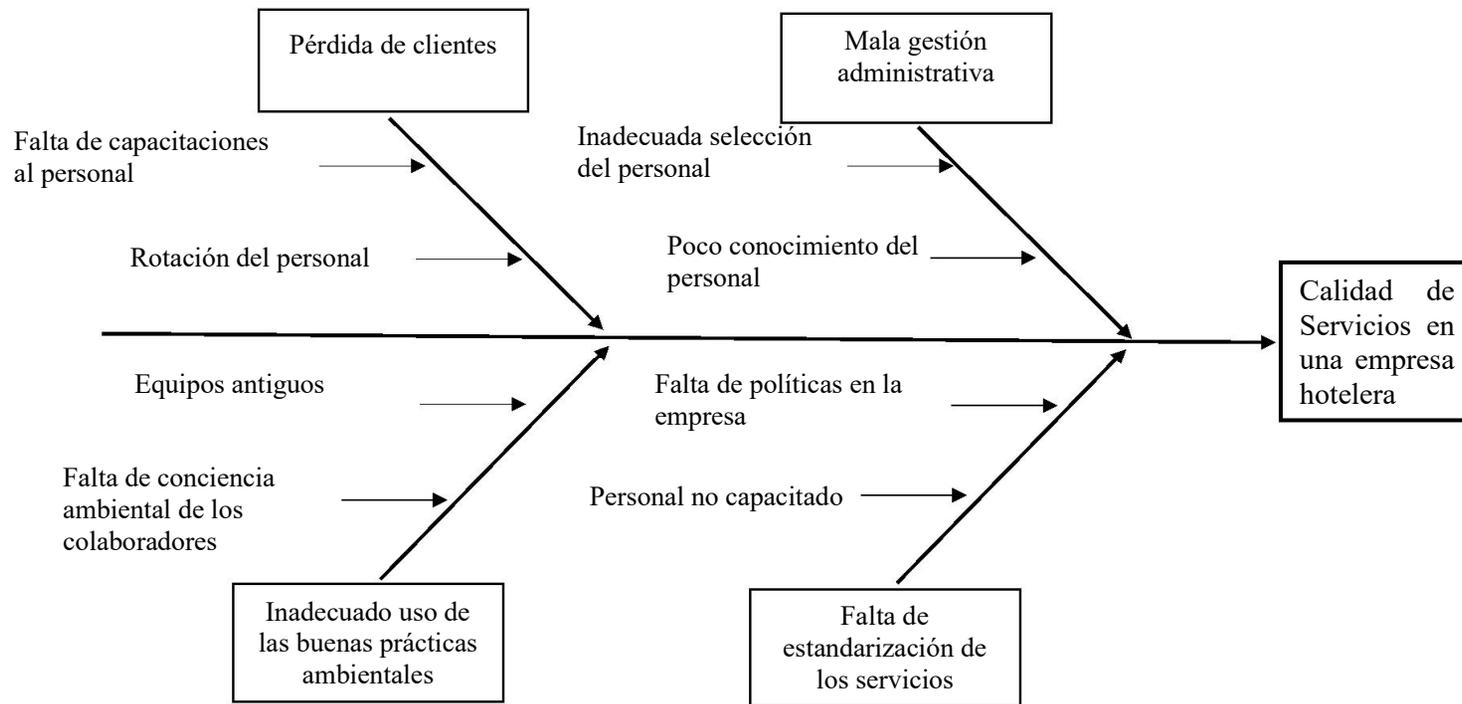
Problema de investigación a nivel nacional					
Informe nacional 1		Informe nacional 2		Informe nacional 3	
Palabras claves del informe	Calidad	Palabras claves del informe	Calidad	Palabras claves del informe	Calidad
Título del informe	La calidad de servicio en la administración pública	Título del informe	El modelo Servperf como herramienta de evaluación de la calidad de servicio en una empresa	Título del informe	La Evaluación de la calidad del servicio Hotelero en los motores de búsqueda Tripadvisor y Booking
En un informe de Perú se patentizó que la calidad, a partir de un criterio de los servicios, es un concepto que requiere tener un criterio más preciso para conceptualizarla y más que nada para medirla. No se puede dejar el término de medición de algo intangible con base a las percepciones particulares de los usuarios, ya que cada ser humano tiene una percepción propia y por consiguiente las mediciones e impresiones de la calidad en los servicios serían bastante variadas en razón de cada óptica de los usuarios.		En un estudio de Perú, de una empresa de expendio de alimentos que brinda un servicio regular y baja rentabilidad. Implementaron el modelo Servperf como herramienta de evaluación de la calidad de servicio que mide la calidad desde la perspectiva del cliente, diagnosticando cada una de sus dimensiones las cuales califican de forma global a la empresa, identificando los procesos que necesitan de la implementación de estrategia exitosa para incrementar la valoración de sus clientes. La empresa debe mejorar el equipamiento del lugar, la atención personalizada de sus trabajadores que permita generar una interacción más cercana y duradera con el cliente.		En un estudio peruano, la elección de los clientes por contratar servicios de un establecimiento hotelero, cada vez está más influenciada por los comentarios en las redes sociales o páginas en línea, mediante la evaluación de la calidad del servicio Hotelero en las redes sociales y paginas como TripAdvisor y Booking. Desde las valoraciones emitidas por los usuarios de TripAdvisor y Booking, esta indagación examina los índices de satisfacción de los consumidores de hoteles de 3,4,5 estrellas. Es muy importante ofrecer servicios de calidad, buena infraestructura y seguridad a los clientes.	
Evidencia del registro en Ms word	(Izquierdo, 2021)	(Ramos et al., 2019)		(Condori y otros, 2021)	

Matriz 3. Árbol de problemas a nivel local – organización



Matriz 4. Matriz de problema a nivel local

Causa	Sub causa	¿Porqué?	Problema general
			Calidad de servicio
Causa 1 Mala gestión administrativa	Sub causa 1 Inadecuada selección del personal	Porque contratan a familiares del dueño del hotel	Debido a que no existe una adecuada selección del personal, por falta de liderazgo y la falta de control de personal, conlleva a una mala gestión administrativa. En caso de no ser atendidas, se tendrá como consecuente la reducción de ingresos. A causa de que no existe políticas en la empresa, por personal no capacitado y la falta de marketing de los hoteles, conlleva a la falta estandarización de los servicios. En caso de no solucionar, se tendrá una mala imagen de la empresa. Puesto que no existe un software hotelero, Falta de tarifas corporativas y la Rotación del personal, conlleva a la pérdida de clientes. De no darle solución, se tendrá como consecuencia la pérdida de clientes.
		Existe mucha competencia hotelera	
	Sub causa 2 Falta de Liderazgo	Porque el administrador no toma decisiones por iniciativa	
Bajo compromiso con los objetivos de la empresa			
Sub causa 3 Falta de control del personal	Es muy flexible con el personal		
	Porque no organiza los horarios de trabajo del personal		
Causa 2 Falta de estandarización de los servicios	Sub causa 4 Falta de políticas en la empresa	Porque no existe un estándar del servicio en todos sus hoteles	
		Porque no tienen un perfil para la contratación de su personal	
	Sub causa 5 Personal no capacitado	La empresa no invierte en la capacitación de todo su personal	
Falta de interés del personal			
Sub causa 6 Falta de marketing de sus hoteles	Porque no tienen un personal encargado del marketing		
	Porque no invierte en publicidad en las redes sociales		
Causa 3 Pérdida de clientes	Sub causa 7 Falta de un software hotelero	Porque los softwares son muy costosos	
		Por la falta de conocimientos de estos sistemas	
	Sub causa 8 Falta de tarifas corporativas	Porque no quieren perder los precios de las tarifas publicadas	
		Porque no cuentan con ofertas promociones	
	Sub causa 9 Rotación del personal	Porque faltan los trabajadores y tienen que rotar	
Porque no rinden en sus áreas asignadas			



El Diagrama de Ishikawa presenta la relación existente entre el resultado no deseado o no conforme de un proceso (efecto) y los diversos factores (causas) que pueden contribuir a que ese resultado haya ocurrido. Su relación con la imagen de una espina de pescado se da debido al hecho de que podemos considerar sus espinas las causas de los problemas planteados, que contribuirán al descubrimiento de su efecto, además del formato gráfico que se asemeja al diseño de un esqueleto de pescado.

Matriz 5. Antecedentes

Propuesta de estrategias para mejorar la calidad del servicio de Rio Hotel, 2022

Datos del antecedente internacional X:			
Título	Análisis de la calidad del servicio de los museos que conforman la red estatal de Guayaquil	Metodología	
Autor	Fabricio Fernando Barberán Koeller	Enfoque	Mixto
Lugar:	Guayaquil	Tipo	No Experimental
Año	2020		
Objetivo	Diseñar un instructivo para la calidad del servicio y manejo correcto de las actividades realizadas por las instituciones museográficas.	Diseño	
Resultados	Los resultados obtenidos con la aplicación de las herramientas de recolección de información indican que existe la necesidad de un instructivo de calidad para que los museos de la ciudad puedan brindar un servicio estandarizado y conseguir la satisfacción de los visitantes al consumir el turismo cultural.	Método	Teóricos y Empíricos
		Población	400000
		Muestra	384
		Unidades informantes	
Conclusiones	Se puede notar de forma muy evidente que la aplicación del instructivo va a incrementar en gran medida la percepción de calidad de los museos de la ciudad por parte de los visitantes, lo cual a largo plazo es bueno para fidelizarlos y establecer el turismo cultural como un componente fuerte de las actividades turísticas del país.	Técnicas	Encuestas
		Instrumentos	Entrevista
		Método de análisis de datos	Análisis y síntesis
Redacción final al estilo artículo (5 líneas)	Barberán (2020), en su investigación de análisis de la calidad del servicio de los museos que conforman la red estatal de Guayaquil, tuvo como objetivo diseñar un instructivo para la calidad del servicio y manejo correcto de las actividades realizadas por las instituciones museográficas. Su enfoque fue mixto con tipo no experimental, método teórico y empíricos con una muestra de 384 y utilizó como instrumentos la entrevista. En conclusión, se pudo evidenciar que la aplicación del instructivo va ayudar a incrementar la satisfacción del cliente ante el servicio brindado por el museo. De esta investigación se utilizará el marco teórico y su metodología para consolidar el estudio en curso.		
Referencia	(Barberán, 2020)		

Matriz 5. Antecedentes

Datos del antecedente internacional X:			
Título	Estrategias de mejora a la calidad del servicio que brinda el Museo Alberto Mena Caamaño, con base en los criterios del sello Press Q.	Metodología	
Autor	Maritza Elizabeth Amendaño Aucatoma Joselyn Estefanía Molina Quevedo	Enfoque	cuali-cuantitativo.
Lugar:	Quito	Tipo	mixta
Año	2020		
Objetivo	Proponer estrategias de mejora a la calidad del servicio que brinda el Museo Alberto Mena Caamaño con base en los criterios del sello Press Q.	Diseño	experimental y no experimental.
Resultados		Método	
		Población	8 639
		Muestra	1810
		Unidades informantes	
Conclusiones	Dentro del servicio que ofrece el Museo Alberto Mena Caamaño, se determinó que existen algunos incumplimientos de los criterios del sello Press Q, respaldado por la Norma Española UNE 302002-2018. Criterios utilizados para evaluar el servicio que se brinda al visitante al momento de realizar el recorrido.	Técnicas	Encuestas
		Instrumentos	cuestionarios
		Método de análisis de datos	
Redacción final al estilo artículo (5 líneas)	Amendaño y Molina (2020), en su estudio sobre Estrategias de mejora a la calidad del servicio que brinda el Museo Alberto Mena Caamaño, con base en los criterios del sello Press Q. Tuvo como objetivo proponer estrategias de mejora a la calidad del servicio que brinda el museo. El estudio tuvo un enfoque Cualí-cuantitativ, de tipo mixta con un diseño experimental y no experimental. Además, utilizo la Técnica de encuesta con una muestra de 1810 clientes. Obtuvo como resultado que existen algunos incumplimientos de los criterios del sello press, que es respaldado por la norma española. Que son criterios utilizados para evaluar el servicio que brindan al visitante cuando realizan los tours. Del presente estudio se utilizará el marco teórico y la metodología para fortalecer el estudio en curso.		
Referencia	(Amendaño & Molina, 2020)		

Matriz 5. Antecedentes

Propuesta de estrategias para mejorar la calidad del servicio de Rio Hotel, 2022

Datos del antecedente internacional X:			
Título	Calidad del servicio al cliente en los hoteles de cuatro y cinco estrellas, ubicados en la ciudad de Panamá, República de Panamá.	Metodología	
Autor	Isabel A. Suárez A. Zolatiel T. Castillo N.	Enfoque	Cuantitativo
Lugar:	Panamá	Tipo	Descriptiva
Año	2020		
Objetivo	Analizar la calidad del servicio al cliente en los hoteles de cuatro y cinco estrellas, ubicados en la Ciudad de Panamá, República de Panamá.	Diseño	No experimental
Resultados	Estos resultados muestran que en general la calidad del servicio al cliente en los hoteles de cuatro y cinco estrellas, ubicados en la Ciudad de Panamá, República de Panamá es buena, mostrando bastante aceptación de parte de los clientes, sin embargo, hay ciertos aspectos que necesitan ser reforzados por los hoteles, para así brindar un servicio de calidad excelente.	Método	
		Población	110
		Muestra	110
		Unidades informantes	
Conclusiones	Se puede concluir que, la calidad en el servicio es el resultado de un proceso de evaluación del cliente donde la medición de la calidad se realiza mediante la diferencia del servicio que espera el cliente, y el que recibe de la empresa.	Técnicas	Encuesta online
		Instrumentos	cuestionario
		Método de análisis de datos	
Redacción final al estilo artículo (5 líneas)	Suárez y Castillo (2020), en su investigación de calidad del servicio al cliente en los hoteles de cuatro y cinco estrellas, ubicados en la ciudad de Panamá. Tuvo como objetivo analizar la calidad del servicio al cliente en los hoteles de cuatro y cinco estrellas. Dicho estudio tuvo un enfoque cuantitativo, de tipo descriptiva con diseño no experimental, la técnica utilizada fue encuestas online a una muestra de 110 clientes. Se concluyó que la calidad del servicio en los hoteles de cuatro y cinco estrellas es adecuado y tiene la aceptación de los huéspedes, teniendo algunos aspectos que se necesita ser reforzados para lograr la excelencia en el servicio ya que la calidad del servicio se ve reflejado en los resultados de la evaluación de los clientes. De esta investigación se utilizaró el marco teórico y los instrumentos para fortalecer el estudio en curso.		
Referencia	(Suárez & Castillo, 2020)		

Matriz 5. Antecedentes

Propuesta de estrategias para mejorar la calidad del servicio de Rio Hotel, 2022

Datos del antecedente internacional X:			
Título	Optimización de la eficiencia productiva a través de la metodología kaizen en el proceso productivo de inyección de suelas para calzado en la empresa textiles industriales ambateños s.a.	Metodología	
Autor	Obando Trejos Karen Y Acurio Villacres Edwin	Enfoque	Practico
Lugar:	Ecuador	Tipo	Holística
Año	2020		
Objetivo	Optimizar la eficiencia productiva en el proceso de inyección de suelas para calzado a través de la metodología Kaizen en la empresa “Textiles Industriales Ambateños S.A.	Diseño	Experimental
Resultados		Método	
		Población	60
		Muestra	60
		Unidades informantes	
Conclusiones	Se resolvió el problema de la prensa XFP 150-6 gracias al método Kaizen bajo el control estadístico del proceso, por lo que se logró un aumento en el rendimiento y eficiencia de la producción en un 20%, énfasis, destaca identifica cambios como: cuellos de botella, retrasos significativos en el proceso, movimiento y exceso de inventario. Se enfatiza que el proceso de mejora continua debe ser continuo y disciplinado en la planta de inyección para mostrar cambios significativos.	Técnicas	
		Instrumentos	cuestionario
		Método de análisis de datos	
Redacción final al estilo artículo (5 líneas)	Obando Y Acurio (2020), en su analisis para ooptimizar la eficiencia productiva en el proceso de inyección de suelas para calzado a través de la metodología Kaizen. Dicho estudio tuvo un enfoque practico, de tipo holistica con diseño experimental, la técnica utilizada fue cuestionario a una muestra de 60 clientes. Se concluyó que se llevó a cabo la metodología Kaizen , logrando un aumento en el rendimiento y eficiencia de la producción en un 20% y se identifacron cambios como los cuellos de botella y retrasos. Esta herramienta de mejora continua ayuda a reducir costos y mejorar la atención al cliente. De esta investigación se utilizó el marco teorico para fortaceler el estudio en curso.		
Referencia	(Obando & Acurio, 2020)		

Matriz 5. Antecedentes

Propuesta de estrategias para mejorar la calidad del servicio de Rio Hotel, 2022

Datos del antecedente internacional X:			
Título	Calidad de servicio en las organizaciones de Latinoamérica	Metodología	
Autor	Nahum Teófilo Terán Ayay; Johnny Gonzáles Vásquez; Rocío Ramírez López; Gabriela del Pilar Palomino Alvarado	Enfoque	Cuantitativo
Lugar:	México	Tipo	descriptiva
Año	2021		
Objetivo	El objetivo fundamental de este trabajo es auditar la escritura lógica dirigiendo un seguimiento bibliográfico que reúna los dispositivos utilizados en la atención para cuantificar la naturaleza de la administración dada	Diseño	No experimental
Resultados		Método	cualitativa no experimental
		Población	
		Muestra	
		Unidades informantes	
Conclusiones	Concluyendo, que la mayoría de los estudios recopilados sobre la medición de la calidad de servicio usaron como instrumento de evaluación al modelo SERVQUAL, lo que garantizaría su utilización en otras. investigaciones porque facilita conocer la percepción que tienen los usuarios frente a la calidad de los servicios ofrecidos por las instituciones	Técnicas	Información Técnica
		Instrumentos	
		Método de análisis de datos	
Redacción final al estilo artículo (5 líneas)	Terán et al. (2021), en su investigación . Calidad de servicio en las organizaciones de Latinoamérica. Su objetivo fundamental de este trabajo es auditar la escritura lógica dirigiendo un seguimiento bibliográfico que reúna los dispositivos utilizados en la atención para cuantificar la naturaleza de la administración dada. Dicho estudio tuvo un enfoque cuantitativo, de tipo descriptiva con diseño no experimental, la técnica utilizada fue información técnica. Se concluyó que la mayoría de los estudios recopilados sobre la medición de la calidad de servicio usaron como instrumento de evaluación al modelo SERVQUAL, lo que garantizaría su utilización en otras. Este instrumento es de gran ayuda a las empresas que brindan servicios para mejorar la calidad en los servicios. De esta investigación se utilizó el marco teórico y los instrumentos para fortalecer el estudio en curso.		

Referencia	(Terán y otros, 2021)
------------	-----------------------

Matriz 5. Antecedentes

Propuesta de estrategias para mejorar la calidad del servicio de Rio Hotel, 2022

Datos del antecedente nacional X:			
Título	Plan de mejora de la calidad de servicio en Starbucks con sede en el C.C. Jockey Plaza, Lima 2018	Metodología	
Autor	Rodríguez Cuentas, Álvaro Jesús	Enfoque	Mixto
Lugar:	Lima	Tipo	Proyectiva
Año	2018		
Objetivo	El objetivo es proponer un plan de mejora de la calidad de servicio en Starbucks con sede en el C.C. Jockey Plaza, Lima 2018	Diseño	No experimental
Resultados	En la presente propuesta se busca beneficiar a la empresa, teniendo una mayor gama en los productos y la creación de combos e incrementar las ventas con los productos de baja rotación; también mejorara la atención al cliente, mediante las capacitaciones a los colaboradores, en donde traerá mejoras en cadena, con tiempos de atención más rápida y satisfaciendo a los clientes, traerá transacciones con mayor transparencia y seguridad para los clientes	Método	Deductivo, inductivo
		Población	
		Muestra	68
Conclusiones	La conclusión del diagnóstico, es que la empresa está fallando en puntos importantes de la calidad de servicio, encontrándose a si puntos clave donde se debe de mejorar, los cuales son los siguientes: la capacitación para la atención a los clientes y el proceso, en la seguridad de transacciones y en la infraestructura, para brindar una atención de mayor calidad debe de solucionar estos problemas que presenta.	Unidades informantes	Clientes
		Técnicas	Encuesta y entrevista
		Instrumentos	Cuestionario
Redacción final al estilo artículo (5 líneas)	Rodríguez (2018), en su estudio sobre plan de mejora de la calidad de servicio en Starbucks, su objetivo fue proponer un plan de mejora de la calidad de servicio. Donde utilizó un enfoque mixto con tipo proyectiva y un diseño no experimental, con metodo deductivo- inductivo con una tecnica de encuesta. Concluyó que la empresa tiene fallas en la atención al cliente; debido que se debe implementar capacitación sobre los proceso, atención al cliente y la infraestructura para alcanzar la calidad del servicio. De este estudio se utilizó los objetivos y la metodologia para afianzar la investigación en curso.	Método de análisis de datos	Descriptivo y Triangulación
		Referencia	(Rodríguez A. , 2018)

Matriz 5. Antecedentes

Propuesta de estrategias para mejorar la calidad del servicio de Rio Hotel, 2022

Datos del antecedente nacional X:			
Título	Gestión de la calidad turística para mejorar la atención al cliente en las agencias online, 2020	Metodología	
Autor	Ángeles callan, Vanesa Janeth	Enfoque	Mixto
Lugar:	Lima	Tipo	Proyectista
Año	2020		
Objetivo	proponer estrategias de marketing de contenido que permita efectivizar la información en las agencias online.	Diseño	No experimental
Resultados	Exponen que las personas no están conformes con la veracidad de información que brinda la página web, no hay gestión de calidad de información y marketing de contenido que permita establecer una política para los proveedores y existe que la información relevante no sea visible.	Método	Inductivo y deductivo
		Población	30
		Muestra	30
		Unidades informantes	Clientes
Conclusiones	La gestión de calidad de la página web de las agencias online tiene importante reestructuración que están encaminadas a mejorar la atención al cliente, por lo cual se analizó el canal de distribución, que permite la visualización de calidad de información que sea valorada por los usuarios, que posibilite el cumplimiento del servicio de hospedaje y lo cual se destacó reforzar la información de los establecimientos de hospedaje.	Técnicas	Encuesta y entrevista
		Instrumentos	Cuestionario y guía de entrevista
		Método de análisis de datos	
Redacción final al estilo artículo (5 líneas)	Angeles (2020), en su investigación sobre gestión de la calidad turística para mejorar la atención al cliente en las agencias online, su objetivo fue proponer estrategias de marketing de contenido que permita efectivizar la información de las agencias online. Con un enfoque mixto de tipo proyectista y un diseño no experimental, con un método inductivo – deductivo y con una técnica de encuestas. Tuvo como resultado que los clientes no están conformes con la veracidad de dicha información que brindan las agencias en su página web. No hay gestión de calidad de difusión y marketing de contenido que facilite establecer una política para los clientes. De este estudio se utilizó el marco teórico y su metodología para afianzar dicha investigación en curso.		
Referencia	(Angeles, 2020)		

Matriz 5. Antecedentes

Propuesta de estrategias para mejorar la calidad del servicio de Rio Hotel, 2022

Datos del antecedente nacional X:			
Título	Calidad en el servicio en la quinta restaurante waly cusco 2018	Metodología	
Autor	Bach. Jerson Enrique Félix Romero	Enfoque	Cuantitativo
Lugar:	Cusco	Tipo	Investigación básica
Año	2018		
Objetivo	Evaluar la calidad en el servicio en La Quinta restaurante Waly Cusco.	Diseño	No experimental
Resultados		Método	Deductivo y Analítico
		Población	295
		Muestra	295
		Unidades informantes	
Conclusiones	Se concluye que el 44.1% de los clientes que asiste a la quinta restaurante Waly percibe que la calidad de servicio es buena, el 26.4% de los clientes opina que es muy buena y un 28.8% de los clientes opinan que la calidad en el servicio es regular lo que evidencia que el cliente se siente a gusto con el servicio que brinda la quinta restaurante Waly.	Técnicas	Encuesta
		Instrumentos	Cuestionario
		Método de análisis de datos	
Redacción final al estilo artículo (5 líneas)	Felix (2018), en su estudio de la calidad en el servicio en la quinta restaurante waly cusco. Tuvo como objetivo evaluar la calidad en el servicio en el restaurante, donde utilizó un enfoque cuantitativo con tipo investigación básica y diseño no experimental. Su método fue deductivo y analítico con técnica de encuesta. Concluyó que el 44.1% de los consumidores que acuden al restaurante percibió que la calidad de servicio es buena y el 26.4% menciona que es muy buena, con un 28.8% opinan que el servicio es regular; donde se evidencia que los clientes se sienten satisfechos con el servicio que ofrece el restaurante. De este estudio se utilizó el marco teórico y los instrumentos para fortalecer la investigación en curso.		
Referencia	(Félix, 2018)		

Matriz 5. Antecedentes

Propuesta de estrategias para mejorar la calidad del servicio de Rio Hotel, 2022

Datos del antecedente nacional X:			
Título	Análisis de inclusión en servicios hoteleros para personas con discapacidad en la gloria plaza hotel - Chiclayo 2020	Metodología	
Autor	Br. Juárez Castillo Andrea Isabel Br. Leiva Malca Lisseth	Enfoque	Cuantitativo
Lugar:	Chiclayo	Tipo	Descriptiva
Año	2020		
Objetivo	Analizar la inclusión en los servicios hoteleros para personas con discapacidad en el Gloria Plaza Hotel Chiclayo – 2020.	Diseño	No experimental

Resultados		Método	
		Población	18
		Muestra	18
		Unidades informantes	
Conclusiones	El Gloria Plaza Hotel presenta algunas falencias en la calidad del servicio hotelero, puesto que los servicios que brindan no son individualizados para cada cliente con discapacidad, pero los colaboradores si están predispuestos a brindar soluciones inmediatas en la atención ofreciendo un trato considerado y amable. Pero a su vez es importante mencionar que en muchas ocasiones el sector hotelero no toma en cuenta ofrecer servicios inclusivos para este segmento del mercado.	Técnicas	Encuesta
		Instrumentos	Cuestionario
		Método de análisis de datos	Inductivo-deductivo.
Redacción final al estilo artículo (5 líneas)	<p>Juárez y Malca (2020), en su investigación de análisis de inclusión en servicios hoteleros para personas con discapacidad en la gloria plaza hotel. Tuvo como objetivo analizar la inclusión en los servicios hoteleros para personas con discapacidad en dicho hotel, tuvo un enfoque cuantitativo de tipo descriptiva y un diseño no experimental, con instrumento de cuestionario y una muestra de 18 clientes. Concluyó que en dicho hotel tiene algunas deficiencias en la calidad del servicio hotelero ya que los servicios no son personalizados por cada cliente con discapacidad, sin embargo, los trabajadores están dispuestos a ofrecer soluciones al instante con un trato considerado. También menciona que en muchas ocasiones los hoteles no prestan servicios inclusivos para este público. De esta investigación se tomó el marco teórico y su instrumento para respaldar la investigación en curso.</p>		
Referencia	(Juárez & Malca, 2020)		

Matriz 5. Antecedentes

Propuesta de estrategias para mejorar la calidad del servicio de Rio Hotel, 2022

Datos del antecedente nacional X:			
Título	Análisis del sistema kaizen como herramienta para el mejoramiento continuo en la empresa distribuciones bookshop e.i.r.l. Arequipa – 2017	Metodología	
Autor	Valeria Maribel Ticona escobar	Enfoque	Cualitativo
Lugar:	Puno	Tipo	Descriptivo
Año	2017		
Objetivo	Analizar el sistema Kaizen como herramienta para lograr el mejoramiento continuo en la empresa distribuciones Bookshop E.I.R.L. Arequipa – 2017.	Diseño	No experimental deductivo
Resultados		Método	
		Población	16
		Muestra	16
		Unidades informantes	
Conclusiones	Se exige involucrar a todos por igual, la participación de éstos permite organizar los lugares de trabajo con el propósito de mantenerlos funcionales, limpios, ordenados, agradables y seguros, de acuerdo a los resultados existe un desconocimiento de los fundamentos teóricos que sostienen la filosofía del sistema Kaizen; sin embargo se observa que los colaboradores están de acuerdo con su lugar de trabajo, el mismo que es confortable y acogedor, manifiestan también que existe responsabilidad, compromiso y orden en el trabajo realizado y son conscientes de que los aportes son necesarios para implementar algún cambio.	Técnicas	Encuesta
		Instrumentos	Cuestionario
		Método de análisis de datos	Análisis estadístico
Redacción final al estilo artículo (5 líneas)	Ticona (2017), en su análisis del sistema kaizen como herramienta para el mejoramiento continuo en la empresa distribuciones bookshop e.i.r.l. Arequipa – 2017. Tuvo como objetivo analizar el sistema Kaizen como herramienta para lograr el mejoramiento continuo en la empresa, tuvo un enfoque cualitativo de tipo descriptivo, diseño no experimental deductivo y con una muestra de 16 trabajadores, utilizó como instrumento el cuestionario. Concluyo que, se necesita la participación igualitaria de todos los trabajadores		

	para poder organizar los lugares de trabajo con el objetivo de mantenerlos eficientes, limpios, ordenados, agradables y seguros. Como resultado, existe una falta de conocimiento de la teoría que sustenta la filosofía Kaizen; sin embargo, los trabajadores están de acuerdo con su lugar de trabajo, por lo que es cómodo y acogedor. Asimismo, estos aportes son fundamentales para lograr los cambios necesarios en la empresa. De esta investigación se utilizó la metodología y su instrumento para respaldar la investigación en curso.
Referencia	(Ticona, 2017)

Matriz 6. Esquema de Teorías

Categoría Problema: Calidad de servicio

Teorías Turismo			
Teoría	Representante	Fundamento	¿Por qué incluir en la investigación?
1. Teoría de Sistemas	Ludwig von Bertalanffy	La teoría de sistemas se centra en la conformación y las relaciones entre las partes, que las conectan en un todo. La interacción de las partes hace que el todo sea más importante que todas ellas.	La teoría de sistemas tiene una conexión con todas las áreas que hacen que el todo sea más importante y según zenvia (2021) La calidad de servicio se trata de un conjunto de estrategias y acciones encaminadas a mejorar la atención al cliente y la relación consumidor-marca. Guardan relación debido que para lograr la calidad de servicio todas las áreas necesitan estar relacionadas y formar un ambiente agradable que asegure una buena impresión al cliente.
2. Teoría de la modernización	JOHN RAWLS	La modernización se entiende como el proceso que lleva las sociedades tradicionales hacia la modernidad y que se refleja en una serie de cambios generales.	La teoría de la modernización son los procesos de llevan las sociedades hacia la modernidad y se ven reflejados en todos los cambios. Por tanto, según zenvia (2021) La calidad de servicio se trata de un conjunto de estrategias y acciones encaminadas a mejorar la atención al cliente y la relación consumidor-marca. Es decir; guardan relación debido que la calidad de servicio se adecua a los cambios que pueda haber en la sociedad.

Teorías Administrativa			
Teoría	Representante	Fundamento	¿Por qué incluir en la investigación?
1. Teoría de Relaciones Humanas	Elton Mayo	Esta teoría destaca que en una organización la parte humana es la más importante. Y que, además, el individuo se siente más realizado y con mayor	Que en la teoría de relaciones humanas enfatiza que en una organización los colaboradores son los más importante, además que los trabajadores se sientan más realizados y estén relacionados socialmente, según Quijano (2004) La calidad de servicio es el cumplimiento de los compromisos ofrecidos por

		bienestar si está bien relacionado socialmente, a favor de las normas que imperan y a través del entorno, y el contexto en el que se encuentra.	las empresas hacia los clientes, medidos en tiempo y calidad. Por lo tanto, guardan relación ya que es fundamental que las organizaciones permitan hacer línea de carrera dentro de la organización y estén motivados para brindar un servicio de calidad.
--	--	---	--

Matriz 7. Sustento teórico

Teoría de Sistemas, Modernización, Relaciones Humanas			
Autor de mayor relevancia o creador de la teoría:			
Crterios	Fuente 1	Fuente 2	Fuente 3
Cita textual	La teoría de sistemas se centra en la conformación y las relaciones entre las partes, que las conectan en un todo. La interacción de las partes hace que el todo sea más importante que todas ellas.	tradicionales hacia la modernidad y que se refleja en una serie de cambios generales.	Esta teoría destaca que en una organización la parte humana es la más importante. Y que, además, el individuo se siente más realizado y con mayor bienestar si está bien relacionado socialmente, a favor de las normas que imperan y a través del entorno, y el contexto en el que se encuentra.
Parafraseo	La teoría de sistemas tiene una conexión con todas las partes y estas partes hacen que el todo sea más importante y según zenvia (2021) La calidad de servicio se trata de un conjunto de estrategias y acciones encaminadas a mejorar la atención al cliente y la relación consumidor-marca. Guardan relación debido que para lograr la calidad de servicio todas las áreas deben estar relacionadas y formar un ambiente agradable que asegure una buena impresión al cliente.	La teoría de la modernización son los procesos de llevan las sociedades hacia la modernidad y se ven reflejados en todos los cambios. Por tanto, según zenvia (2021) La calidad de servicio se trata de un conjunto de estrategias y acciones encaminadas a mejorar la atención al cliente y la relación consumidor-marca. Es decir; guardan relación debido que la calidad de servicio se adecua a los cambios que pueda haber en la sociedad.	Que en la teoría de relaciones humanas enfatiza que en una organización los colaboradores son los más importante, además que los trabajadores se sientan más realizados y estén relacionados socialmente, según Quijano (2004) La calidad de servicio es el cumplimiento de los compromisos ofrecidos por las empresas hacia los clientes, medidos en tiempo y calidad. Por lo tanto, guardan relación ya que es fundamental que las organizaciones permitan hacer línea de carrera dentro de la organización y estén motivados para brindar un servicio de calidad.
Evidencia de la referencia utilizando Ms word	Ludwig von Bertalanffy (2020)	JOHN RAWLS	Elton Mayo

<p>Relación de la teoría con el estudio</p>	<p>Teoría de Sistemas. Guardan relación debido que para lograr la calidad de servicio todas las áreas deben estar relacionadas y formar un ambiente agradable que asegure una buena impresión al cliente.</p> <p>Teoría de Modernización. Guardan relación debido que la calidad de servicio se adecua a los cambios que pueda haber en la sociedad.</p> <p>Teoría de Relaciones Humanas. Guardan relación ya que es fundamental que las organizaciones cuentan con un buen equipo laboral para brindar un servicio de calidad.</p>
<p>Redacción final</p>	<p>Esta investigación tiene una base teórica basada en la teoría de sistemas, teoría de modernización y de relaciones humanas</p> <p>La teoría de sistemas tiene una conexión con todas las partes y estas partes hacen que el todo sea más importante y según zenvia (2021) La calidad de servicio se trata de un conjunto de estrategias y acciones encaminadas a mejorar la atención al cliente y la relación consumidor-marca. Guardan relación debido que para lograr la calidad de servicio todas las áreas deben estar relacionadas y formar un ambiente agradable que asegure una buena impresión al cliente. Asimismo, la teoría de la modernización son los procesos de llevan las sociedades hacia la modernidad y se ven reflejados en todos los cambios. Por tanto, según zenvia (2021) La calidad de servicio se trata de un conjunto de estrategias y acciones encaminadas a mejorar la atención al cliente y la relación consumidor-marca. Es decir; guardan relación debido que la calidad de servicio se adecua a los cambios que pueda haber en la sociedad. Por último, la teoría de relaciones humanas enfatiza que en una organización los colaboradores son los más importante, además que los trabajadores se sientan más realizados y estén relacionados socialmente, según Quijano (2004) La calidad de servicio es el cumplimiento de los compromisos ofrecidos por las empresas hacia los clientes, medidos en tiempo y calidad. Por lo tanto, guardan relación ya que es fundamental que las organizaciones permitan hacer línea de carrera dentro de la organización y estén motivados para brindar un servicio de calidad.</p>

Matriz 9. Construcción de la categoría

Propuesta de estrategias para mejorar la calidad del servicio de Rio Hotel, 2022

Categoría: calidad del servicio					
Crterios	Fuente 1	Fuente 2	Fuente 3	Fuente 4	Fuente 5
Cita textual	Es un conjunto de estrategias y acciones que buscan mejorar el servicio al cliente, así como la relación entre el consumidor y la marca.	Es el habito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, confiable y seguro, de la tal manera que el cliente se sienta comprendido.	Describe la forma en que muchas de estas compañías consiguen medir y evaluar el servicio, que no es fácil pero que es a menudo es esencial.	Es el conjunto de características inherentes de un bien o servicio que satisfacen las necesidades y expectativas de los clientes.	Calidad de servicio es el grado en que el cliente satisface sus requerimientos, dado que el servicio reunió sus expectativas.
Parafraseo	Afirma que la calidad es un grupo de tácticas y ocupaciones que buscan mejorar el servicio al comprador, así como la interacción entre el consumidor y la marca.	Las organizaciones tienen que interpretar y conocer las necesidades y expectativas de sus consumidores para ofrecerles, un servicio accesible, conveniente, que le transmita seguridad, para que el cliente se sienta satisfecho del servicio adquirido.	Explica la manera en que muchas de estas compañías consiguen medir y evaluar el servicio, que no es simple sin embargo que es comúnmente importante.	Son las características inherentes de un bien o servicio que satisfacen las expectativas y necesidades de los clientes.	La calidad de servicio es el nivel de satisfacción que el cliente sacia sus requerimientos, ya que el servicio cumplió con sus expectativas.
Evidencia de la referencia utilizando Ms word	(Cardozo, Luana, 2021)	(Vicente, 2020)	(Denton, Calidad en el servicio a los clientes, 2020)	(Fontalvo & Vergara, 2010)	(Acuña, 2004)
Redacción final	La calidad de servicio según Cardozo, (2021) afirma que la calidad es un grupo de tácticas y ocupaciones que buscan mejorar el servicio al comprador, así como la interacción entre el consumidor y la marca. Asimismo, para Vicente (2020) las organizaciones tienen que interpretar y conocer las necesidades y expectativas de sus consumidores para ofrecerles, un servicio accesible, conveniente, que le transmita seguridad, para que el cliente se sienta satisfecho del servicio adquirido. Del mismo modo, Denton (2020) explica la manera en que muchas de estas compañías				

	<p>consiguen medir y evaluar el servicio, que no es simple sin embargo que es comúnmente importante. Asimismo, Fontalvo y Vergara (2010) son las características inherentes de un bien o servicio que satisfacen las expectativas y necesidades de los clientes. Y, por último, Acuña (2004) la calidad de servicio es el nivel de satisfacción que el cliente sacia sus requerimientos, ya que el servicio cumplió con sus expectativas.</p>							
Construcción de las subcategorías según la fuente elegida	Sub categoría 1:		Sub categoría 2:		Sub categoría 3:		Sub categoría 4:	
	Tangibles		Respuesta		Empatía		Seguridad	
Construcción de los indicadores	I1	Equipamiento de aspecto moderno	I5	Colaboradores comunicativos y asertivos	I9	Atención individualizada al cliente	I13	Colaboradores que transmiten confianza
	I2	Instalaciones físicas visualmente atractivas	I6	Colaboradores dispuestos a ayudar	I10	Preocupación por los intereses de los clientes	I14	Colaboradores amables
	I3	Apariencia integral de los colaboradores	I7	Colaboradores creativos y recursivos	I11	Comprensión por las necesidades de los clientes	I15	Colaboradores capacitados
	I4	Elementos tangibles atractivos	I8	Colaboradores rápidos	I12		I16	Cientes seguros con su proveedor
Cita textual de la subcategoría	Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación. Fontalvo y Vergara (2010)		El servicio debe darse en el momento preciso y requerido y con el nivel de calidad solicitado. (Fontalvo & Vergara, 2010)		Habilidad social clave para entender los deseos, sentimientos y emociones partiendo de un profundo autoconocimiento personal que nos ayude a ofrecer la máxima confianza en todo el proceso. (Fontalvo & Vergara, 2010)		El cliente quiere un servicio en un ambiente que le garantice seguridad sin ningún riesgo de daño personal o material. (Fontalvo & Vergara, 2010)	
			Capacidad de respuesta se detalla en la disposición para ayudar a los usuarios y para prestarles un servicio rápido y adecuado al momento de ser requerido por los clientes. (Fontalvo & Vergara, 2010)		Nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes, transmitiendo así la idea de un servicio personalizado al gusto del cliente. (Fontalvo & Vergara, 2010)		Es la habilidad que poseen los colaboradores para generar un ambiente de confianza y credibilidad hacia los clientes. (Fontalvo & Vergara, 2010)	
Parfraseo	Son todas las instalaciones físicas y todos los materiales que pueden ser observados y		El servicio se da al instante, no es almacenable y debe ser con el grado de calidad requerido.		Capacidad social es la clave para comprender los sentimientos y emociones de los clientes, partiendo de nuestro		El consumidor desea un servicio en un ambiente que le garantice estabilidad sin ningún peligro de mal personal o material.	

	percibidos, que ocupan un espacio físico.		autoconocimiento personal que nos ayude a dar la máxima confianza.	
	Parfraseo de la fuente 2	La capacidad de respuesta ayuda a los clientes ante cualquier problema o necesidad, donde el servicio debe ser al instante y eficaz al momento que lo solicite el cliente.	Grado de atención individualizada que dan las organizaciones a sus consumidores, que le transmiten un servicio personalizado al gusto del cliente.	Los colaboradores tienen la habilidad de poseer un ambiente de confianza y credibilidad hacia los consumidores.
Evidencia de la referencia utilizando Ms word		(Fontalvo & Vergara, 2010)	(Fontalvo & Vergara, 2010)	(Fontalvo & Vergara, 2010)
Redacción final	Integrar las tres fuentes y los para fraseos.	Fontalvo y Vergara, (2010) afirma que, el servicio se da al instante, no es almacenable y debe ser con el grado de calidad requerido. Asimismo. La capacidad de respuesta ayuda a los clientes ante cualquier problema o necesidad, donde el servicio debe ser al instante y eficaz al momento que lo solicite el cliente.	Fontalvo y Vergara, (2010) afirma que, la capacidad social es la clave para comprender los sentimientos y emociones de los clientes, partiendo de nuestro autoconocimiento personal que nos ayude a dar la máxima confianza. De igual forma, es el grado de atención individualizada que dan las organizaciones a sus consumidores, que le transmiten un servicio personalizado al gusto del cliente.	Fontalvo y Vergara, (2010) afirma que, el consumidor desea un servicio en un ambiente que le garantice estabilidad sin ningún peligro de mal personal o material. Asimismo, los colaboradores tienen la habilidad de poseer un ambiente de confianza y credibilidad hacia los consumidores.

Matriz 10. Justificación

Calidad de servicio
Teoría práctica, metodológica y social

Justificación teórica	
¿Qué teorías sustentan la investigación?	¿Cómo estas teorías aportan a su investigación?
<ol style="list-style-type: none"> 1. . Teoría de Sistemas 2. . Teoría de Modernización 3. . Teoría de Relaciones Humanas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Porque guardan relación con calidad de servicio, debido que para lograr la satisfacción del cliente todas las áreas deben estar conectadas y manejar la misma información para evitar posibles desviaciones en el proceso del servicio. 2. Porque guardan relación con calidad de servicio, puesto que la modernización está en constante transformación que hace que mejoren los productos y servicios que se ofrece al cliente. 3. Porque guardan relación con calidad de servicio, ya que es fundamental que las organizaciones mantengan una comunicación eficaz con sus quipos de trabajo donde puedan atender sus necesidades y crear un buen ambiente laboral, para que tengan la motivación y brinden un servicio al cliente.
Redacción final	<p>La presente investigación se enmarca en el uso de tres teorías: (a) la teoría de sistemas; que guarda relación con calidad de servicio, debido que para lograr la satisfacción del cliente todas las áreas deben estar conectadas y manejar la misma información para evitar posibles desviaciones en el proceso del servicio; (b) la teoría de modernización; cuyo fin es estar en constante transformación que hace que mejoren los productos y servicios que se ofrece al cliente y por último (c) la teoría de relaciones humanas; que es fundamental que las organizaciones mantengan una comunicación eficaz con sus quipos de trabajo donde puedan atender sus necesidades y crear un buen ambiente laboral, para que tengan la motivación y brinden un servicio al cliente.</p>
Justificación práctica	
¿Por qué realizar el trabajo de investigación?	¿Cómo el estudio aporta a la organización?
<ol style="list-style-type: none"> 1. Porque se mejorará la calidad de servicio mediante el uso de una propuesta de solución. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se mejorará el servicio, permitiendo la fidelización de los clientes. 2. Se mejorará la imagen del hotel, permitiendo diferenciarse de la competencia. 3. Se contará con una buena gestión administrativa 4. Se logrará estandarizar el servicio en todos sus hoteles.
Redacción final	<p>Como relevancia práctica del presente estudio, se mejorará la calidad de servicio, permitiendo la fidelización de los clientes y una buena imagen que hará diferenciarse de la competencia. Asimismo, se logrará una buena gestión administrativa y la estandarización de los servicios en todos sus hoteles.</p>

Justificación metodológica	
¿Por qué realizar la investigación bajo el enfoque mixto-proyectivo?	¿Cómo las técnicas e instrumentos permitieron realizar el estudio? ¿Cómo aporta a la ciencia?
<ol style="list-style-type: none"> 1. Porque permite profundizar el estudio utilizando los enfoque cualitativos y cuantitativos. 2. Permite realizar la triangulación entre las unidades informantes, teorías, conceptos y las entrevistas. 	<ol style="list-style-type: none"> 3. Por medio de la utilización del cuestionario se realizará un Pareto para lograr diagnosticar el 20% de falencias críticas que aquejan a la organización. Asimismo, se empleó la herramienta Atlas.ti v.9 para lograr hacer las redes en medio de las subcategorías del problema primordial, para lograr conocer los inconvenientes críticos que están afectan a la organización. 4. Revisando los aportes científicos, se validó que, a grado nacional, hay estudios que priorizan el enfoque cuantitativo a diferencia del cualitativo. Por consiguiente, el presente análisis se efectuará usando el enfoque mixto, que dejará que futuros estudiantes, logren tener una fuente o marco teórico de respaldo, para hacer indagaciones holísticas.
Redacción final	<p>La relevancia metodológica del presente informe se efectuará usando el enfoque mixto, que permitirá que futuros estudiantes, logren tener una fuente o marco teórico de respaldo, con el objetivo de hacer indagaciones holísticas. Como parte de las técnicas e instrumentos a utilizar, se procederá a utilizar el cuestionario y la entrevista, para lograr hacer el diagnóstico y resultado. Por último, como relevancia social, dicho estudio permitirá que los clientes se sientan satisfechos con el servicio y generará ingresos de divisas.</p>

Matriz 11. Matriz de problemas y objetivos

Categoría Problema: Calidad de servicio

Propuesta de estrategias para mejorar la calidad de servicio en rio hotel, Tarapoto 2022

Problema general	Objetivo general
¿Cómo la propuesta de estrategias mejora la calidad de servicio en rio hotel, Tarapoto 2022?	Determinar la propuesta de estrategias para mejorar la calidad de servicio en rio hotel, Tarapoto 2022
Problemas específicos	Objetivos específicos
PE1: ¿Cuál es el diagnóstico de la calidad de servicio en rio hotel, Tarapoto 2022?	OE1: Diagnosticar en qué situación se encuentra la calidad de servicio en rio hotel, Tarapoto 2022.
PE2: ¿Cuáles son los factores por mejorar de la calidad de servicio en rio hotel, Tarapoto 2022?	OE1: Diagnosticar los factores a mejorar de la calidad de servicio en rio hotel, Tarapoto 2022.

MATRICES PARA EL CAPÍTULO 2: MÉTODO - MIXTO

Matriz 14. Metodología

Enfoque de investigación Mixto			
Criterios	Fuente 1	Fuente 2	Fuente 3
Cita textual	La meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales.	El enfoque mixto utiliza la integración de métodos a través de un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o investigación.	Este método representa el más alto grado de integración o combinación entre los enfoques cualitativos y cuantitativos. Ambos se entremezclan o combinan en todo el proceso de investigación, o al menos, en la mayoría de sus etapas. Requiere de un buen manejo de los dos enfoques y una mentalidad flexible. Agrega complejidad al diseño de estudio; pero contempla todas las ventajas de cada uno de los enfoques.
Parfraseo	La indagación mixta no es suplir a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar los dos tipos de investigación, combinándolas y procurando de reducir sus debilidades potenciales.	La investigación mixta emplea la incorporación de procedimientos por medio de un proceso que recolecta, examina y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo análisis o estudio.	Este procedimiento representa el máximo nivel de incorporación o conjunción entre los enfoques cualitativos y cuantitativos. Los dos se entremezclan o combinan a lo largo del proceso de indagación, o por lo menos, en la mayor parte de sus fases. Necesita de un óptimo desempeño de ambos enfoques y una mentalidad flexible. Añade dificultad al diseño de análisis; pero contempla cada una de los beneficios de todos los enfoques.
Evidencia de la referencia utilizando Ms word	(Sampieri y otros, 2014)	(Giráldez, 2010)	(Gómez M. , 2006)
Redacción final	Sampieri et al., (2014) la investigación mixta no es suplir a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar los dos tipos de investigación, combinándolas y procurando de reducir sus debilidades potenciales. Asimismo, Giráldez (2010) afirma que la investigación mixta emplea la incorporación de procedimientos por medio de un proceso que recolecta, examina y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo análisis o estudio. Por último, Gómez (2006) indica que Este procedimiento representa el máximo nivel de incorporación o conjunción entre los enfoques cualitativos y cuantitativos. Los dos se entremezclan o combinan a lo largo del proceso de indagación, o por lo menos, en la mayor parte de sus fases. Necesita de un óptimo desempeño de ambos enfoques y una mentalidad flexible. Añade dificultad al diseño de análisis; pero contempla cada una de los beneficios de todos los enfoques. En resumen, la presente investigación se utilizará el enfoque mixto, porque se		

utilizará la encuesta para los 20 trabajadores de la empresa Rio Hotel en la parte cuantitativa y la entrevista a los jefes inmediatos para el enfoque cualitativo.

Sintagma Holístico		
Criterios	Fuente 1	Fuente 2
Cita textual	La holística es definida como la comprensión critica reflexiva del entorno que permite una visión amplia del mundo y de la vida, desde una perspectiva integradora con énfasis en la trascendencia.	La investigación holística es una propuesta que presenta la investigación como un proceso global, evolutivo, integrador, concatenado y organizado. La investigación holística trabaja los procesos que tienen que ver con la invención, con la formulación de propuestas novedosas, con la descripción y la clasificación, considera la creación de teorías y modelos, la indagación acerca del futuro, la aplicación práctica de soluciones, y la evaluación de proyectos, programas y acciones sociales, entre otras cosas.
Parafraseo	La holística es determinada como la comprensión critica reflexiva del ámbito que posibilita una perspectiva extensa de todo el mundo y de la vida, a partir de una visión integradora con hincapié en la trascendencia.	La indagación holística labora los procesos que deben ver con el invento, con la formulación de propuestas nuevas, con la explicación y la categorización, estima la construcción de teorías y modelos, la indagación acerca del futuro, la aplicación práctica de resoluciones, y la evaluación de proyectos, programas y actividades sociales, entre otras cosas.
Evidencia de la referencia utilizando Ms Word	(Carhuancho Mendoza et al., 2019)	(Hurtado de Barrera, 2000)
Redacción final	Para Carhuancho Mendoza et al., (2019) mencionan que, La holística es determinada como la comprensión critica reflexiva del ámbito que posibilita una perspectiva extensa de todo el mundo y de la vida, a partir de una visión integradora con hincapié en la trascendencia. Asimismo, para Hurtado de Barrera (2000), la indagación holística labora los procesos que deben ver con el invento, con la formulación de propuestas nuevas, con la explicación y la categorización, estima la construcción de teorías y modelos, la indagación acerca del futuro, la aplicación práctica de resoluciones, y la evaluación de proyectos, programas y actividades sociales, entre otras cosas.	

Tipo de investigación Básica		
Criterios	Fuente 1	Fuente 2
Cita textual	La investigación básica no está interesada por un objetivo crematístico, su motivación es la simple curiosidad, el inmenso gozo de descubrir nuevos conocimientos.	La investigación básica necesita de la práctica educativa para no quedarse solo en reflexiones teóricas acerca del funcionamiento de la realidad y en el planteamiento de la hipótesis que no lleguen a probarse en marcos contextuales concretos.

Parafraseo	La indagación elemental no está interesada por un objetivo crematístico, su motivación es la fácil curiosidad, el enorme disfruto de hallar nuevos conocimientos.	La indagación elemental requiere de la práctica educativa para no quedarse solo en reflexiones teóricas acerca del desempeño de la verdad y en el planteamiento de la conjetura que no lleguen a probarse en marcos contextuales concretos.
Evidencia de la referencia utilizando Ms Word	(Ñaupas Paitán et al., 2014)	(Martínez González, 2007)
Redacción final	Para Ñaupas Paitán et al., (2014), indican que, la indagación elemental no está interesada por un objetivo crematístico, su motivación es la fácil curiosidad, el enorme disfruto de hallar nuevos conocimientos. Asimismo, para Martínez González (2007), la indagación elemental requiere de la práctica educativa para no quedarse solo en reflexiones teóricas acerca del desempeño de la verdad y en el planteamiento de la conjetura que no lleguen a probarse en marcos contextuales concretos.	

Diseño de investigación proyectiva			
Criterios	Fuente 1	Fuente 2	
Cita textual	La investigación proyectiva en general, busca establecer cómo deben ser las cosas, Tiene que ver con la forma posible de responder a una problemática o al análisis de una situación determinada.	La investigación proyectiva es una forma de preguntar indirecta y no estructurada que alienta a los encuestados a proyectar sus motivaciones, creencias, actitudes o sentimientos implícitos en cuanto a los temas de interés.	
Parafraseo	La indagación proyectiva generalmente, busca entablar cómo tienen que ser las cosas, Trata sobre la manera viable de contestar a una problemática o al estudio de una situación definida.	La indagación proyectiva es una manera de preguntar indirecta y no organizada que alienta a los encuestados a proyectar sus motivaciones, creencias, reacciones o sentimientos implícitos referente a los temas de interés.	
Evidencia de la referencia utilizando Ms Word	(Gamboa Mora et al., 2016)	(Malhotra, 2004)	
Redacción final	Para Gamboa Mora et al., (2016) determinan que, la indagación proyectiva generalmente, busca entablar cómo tienen que ser las cosas, Trata sobre la manera viable de contestar a una problemática o al estudio de una situación definida. Por su parte, Malhotra (2004) infiere que, la indagación proyectiva es una manera de preguntar indirecta y no organizada que alienta a los encuestados a proyectar sus motivaciones, creencias, reacciones o sentimientos implícitos referente a los temas de interés.		
Método de investigación 1 Analítico			
Criterios	Fuente 1	Fuente 2	Fuente 3

Cita textual	Este método consiste en la extracción de las partes de un todo, con el objeto de estudiarlas y examinarlas por separado, para ver, por ejemplo, las relaciones entre éstas, es decir, es un método de investigación, que consiste en descomponer el todo en sus partes, con el único fin de observar la naturaleza y los efectos del fenómeno. Sin duda, este método puede explicar y comprender mejor el fenómeno de estudio, además de establecer nuevas teorías.	Procedimiento que consiste en aislar, diferenciar y distinguir los elementos de un fenómeno para poder revisarlos ordenadamente, cada uno por separado.	Este proceso cognoscitivo consiste en descomponer un objeto de estudio, separando cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual.
Parafraseo	La investigación analítica consiste en descomponer las partes de un todo, con el propósito de estudiarlas y examinarlas por separado, para percibir la relación entre éstas. Sin lugar a dudas, este procedimiento puede explicar y entender mejor el fenómeno de análisis, además de entablar novedosas teorías.	Método que se basa en aislar, distinguir y diferenciar los recursos de un fenómeno para lograr revisarlos ordenadamente, cada uno por separado.	Es un proceso cognoscitivo que se basa en descomponer un objeto de análisis, dividiendo todos los componentes para estudiarlas de forma individual.
Evidencia de la referencia utilizando Ms word	(Gómez S. , 2012)	(Sánchez y otros, 2018)	(Bernal, 2010)
Redacción final	Gómez (2012) La investigación analítica consiste en descomponer las partes de un todo, con el propósito de estudiarlas y examinarlas por separado, para percibir la relación entre éstas. Sin lugar a dudas, este procedimiento puede explicar y entender mejor el fenómeno de análisis, además de entablar novedosas teorías. Del mismo modo, Sánchez et al., (2018) aseguran que este Método que se basa en aislar, distinguir y diferenciar los recursos de un fenómeno para lograr revisarlos ordenadamente, cada uno por separado. Finalmente, Bernal (2010) indica que es un proceso cognoscitivo que se basa en descomponer un objeto de análisis, dividiendo todos los componentes para estudiarlas de forma individual. En resumen, la presente investigación se utilizará el método analítico para percibir la relación entre la lógica y la experimentación del problema.		

Método de investigación 2 Deductivo			
Crterios	Fuente 1	Fuente 2	Fuente 3
Cita textual	Este método, a diferencia del inductivo, es el procedimiento racional que va de lo general a lo particular. Posee la característica de que las conclusiones de la	va de lo general a lo particular, de lo abstracto a lo concreto, de la teoría a la práctica. En la mayor parte de los trabajos de investigación se	Este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes,

	deducción son verdaderas, si las premisas de las que se originan también lo son. Por lo tanto, todo pensamiento deductivo nos conduce de lo general a lo particular.	emplean procedimientos hipotéticos deductivos.	principios, etcétera, de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares.
Parfraseo	El método deductivo es de procedimiento racional ya que va de lo general a lo particular. Como característica las conclusiones de la deducción son verdaderas, si las hipótesis de las que se originan además lo son. Por consiguiente, todo pensamiento deductivo nos conduce de lo general a lo particular	Este método va de lo general a lo particular, de la teoría a la práctica. En la mayoría de los trabajos de indagación se utilizan métodos hipotéticos deductivos.	Este método consiste en un razonamiento analítico que va en tomar conclusiones en general para alcanzar explicaciones particulares. El procedimiento se inicia con la exploración de aplicación mundial y de comprobada validez, para aplicarlos en hechos particulares.
Evidencia de la referencia utilizando Ms word	(Gómez S. , 2012)	(Sánchez y otros, 2018)	(Bernal, 2010)
Redacción final	Gómez (2012) El método deductivo es de procedimiento racional ya que va de lo general a lo particular. Como característica las conclusiones de la deducción son verdaderas, si las hipótesis de las que se originan además lo son. Por consiguiente, todo pensamiento deductivo nos conduce de lo general a lo particular. Sánchez et al., (2018) Afirman, que este método va de lo general a lo particular, de la teoría a la práctica. En la mayoría de los trabajos de indagación se utilizan métodos hipotéticos deductivos. Para finalizar, Bernal (2010) indica que este método consiste en un razonamiento analítico que va en tomar conclusiones en general para alcanzar explicaciones particulares. El procedimiento se inicia con la exploración de aplicación mundial y de comprobada validez, para aplicarlos en hechos particulares.		

Método de investigación 3 Inductivo			
Criterios	Fuente 1	Fuente 2	Fuente 3
Cita textual	Es el razonamiento que partiendo de casos particulares se eleva a conocimientos generales; o, también, razonamiento mediante el cual pasamos del conocimiento de un determinado grado de generalización a un nuevo conocimiento de mayor grado de generalización que el anterior.	Proceso de razonamiento que va de lo particular a lo general, es decir, por inducción. Relativo al método inductivo.	Este método utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación sea de carácter general. El método se inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales que se postulan como leyes, principios o fundamentos de una teoría.
Parfraseo	Este método parte de casos particulares que se eleva a conocimientos en general; que también pasamos del entendimiento de un definido nivel de generalización a un nuevo	El método inductivo es un proceso que va de lo particular a lo general, es decir, por inducción.	Este método consiste en un razonamiento que parten de hechos particulares y se formulan conclusiones universales.

	conocimiento de más grande nivel de generalización que el anterior.		
Evidencia de la referencia utilizando Ms word	(Gómez S. , 2012)	(Sánchez y otros, 2018)	(Bernal, 2010)
Redacción final	Gómez (2012) Indica a este método parte de casos particulares que se eleva a conocimientos en general; que también pasamos del entendimiento de un definido nivel de generalización a un nuevo conocimiento de más grande nivel de generalización que el anterior. Sánchez et al., (2018) Afirman, que el método inductivo es un proceso que va de lo particular a lo general, es decir, por inducción. Para finalizar, Bernal (2010) enfatiza que este método consiste en un razonamiento que parten de hechos particulares y se formulan conclusiones universales.		

Categorización de la categoría (ver matriz 9)		
Sub categoría	Indicador	Ítem
Tangibles	Equipamiento de aspecto moderno. Instalaciones físicas visualmente atractivas. Apariencia integral de los colaboradores. Elementos tangibles atractivos.	
Respuesta	Colaboradores comunicativos y asertivos. Colaboradores dispuestos ayudar. Colaboradores creativos y recursivos. Colaboradores rápidos.	
Empatía	Atención individualizada al cliente. Preocupación por los intereses de los clientes. Compresión por las necesidades de los clientes.	
Seguridad	Colaboradores que transmiten confianza. Colaboradores amables. Colaboradores capacitados. Clientes seguros con su proveedor.	

CUANTITATIVA

Población	
Crterios	
Cantidad de Población	40 trabajadores en la empresa
Lugar, espacio y tiempo	Atención al cliente de Rio Hotel con sede en Tarapoto. Correspondiente al mes de marzo 2022
Muestra	19
Resumen de la población	Para el presente estudio, la población corresponde a 20 trabajadores en atención al cliente de Rio Hotel con sede en Tarapoto. Correspondiente al mes de marzo 2022.

Técnica de recopilación de datos 1 - Encuesta			
Crterios	Fuente 1	Fuente 2	Fuente 3
Cita textual	Es una de las técnicas de recolección de información más usadas, a pesar de que cada vez pierde mayor credibilidad por el sesgo de las personas encuestadas.	Son un método popular para recopilar datos primarios y abarcan todo procedimiento de medición que involucre hacer preguntas a los encuestados. Son herramientas flexibles que pueden producir información cualitativa y cuantitativa, dependiendo de cómo se estructuren y analicen.	Es un método que se realiza por medio de técnicas de interrogación, procurando conocer aspectos relativos a los grupos. Tanto para entender como para justificar la conveniencia y utilidad de la encuesta es necesario aclarar que, en un proceso de investigación, en principio, el recurso básico que nos auxilia para conocer nuestro objetivo de estudio es la observación, la cual permite la apreciación empírica de las características y el comportamiento de lo que se investiga.
Parafraseo	Para Bernal (2010), la encuesta es una técnica que permite la recolección de datos en los enfoques cuantitativos, con el fin de tener credibilidad de los datos ingresados.	Para Ramírez y Calles (2020), la encuesta es una técnica que permite la recolección de datos primarios a través de hacer preguntas a los encuestados, con el fin de tener fiabilidad de la información ingresada.	Para García (2004), Es una técnica de interrogación para recolectar datos, procurando la apreciación empírica de las características y del comportamiento de lo que se investiga.

Evidencia de la referencia utilizando Ms word	(Bernal, 2010)	(Ramírez & Calles, 2021)	(García, 2004)
Redacción final	Revisando los aportes de Bernal (2010), la encuesta es una técnica que permite la recolección de datos en los enfoques cuantitativos, con el fin de tener credibilidad de los datos ingresados. Ramírez y Calles (2021) afirman que, la encuesta es una técnica que permite la recolección de datos primarios a través de hacer preguntas a los encuestados, con el fin de tener fiabilidad de la información ingresada. Por último, para García (2004), es una técnica de interrogación para recolectar datos, procurando la apreciación empírica de las características.		

Instrumento de recopilación de datos 1 – Cuestionario			
Crterios	Fuente 1	Fuente 2	Fuente 3
Cita textual	Es un instrumento formado por un conjunto de preguntas específicas que deben ser contestadas por escrito o verbalmente con el propósito de obtener datos sobre los elementos a estudiar.	El cuestionario, es de gran utilidad en la investigación científica, ya que constituye una forma concreta de la técnica de observación, logrando que el investigador fije su atención en ciertos aspectos y se sujeten a determinadas condiciones. El cuestionario contiene los aspectos del fenómeno que se consideran esenciales; permite, además, aislar ciertos problemas que nos interesan principalmente; reduce la realidad a cierto número de datos esenciales y precisa el objeto de estudio.	Es un sistema de preguntas racionales, ordenadas en forma coherente, tanto desde el punto de vista lógico como psicológico, expresadas en un lenguaje sencillo y comprensible, que generalmente responde por escrito la persona interrogada, sin que sea necesario la intervención de un encuestador.
Parafraseo	Para Landeau (2007), es una herramienta que está conformado por preguntas específicas para ser contestadas verbalmente o escrito con la finalidad de recolectar datos.	Para Gómez (2012), este instrumento es de gran utilidad en la investigación, porque recolecta datos que se consideran esenciales en la investigación.	Para García (2004), El cuestionario es un sistema de preguntas racionales que mantienen un orden, tiene un lenguaje sencillo y comprensible para ser respondido por la persona interrogada.
Evidencia de la referencia utilizando Ms word	(Landeau, 2007)	(Gómez S. , 2012)	(García, 2004)
Redacción final	En los aportes de Landeau (2007), El cuestionario es una herramienta que está conformado por preguntas específicas para ser contestadas verbalmente o escrito con la finalidad de recolectar datos. Asimismo, Gómez (2012), este instrumento es de gran utilidad en la investigación, porque recolecta datos que se consideran esenciales en la investigación. Finalmente, García (2004), el cuestionario es un sistema de preguntas racionales que mantienen un orden, tiene un lenguaje sencillo y comprensible para ser respondido por la persona interrogada.		

Procedimiento Cuantitativo

Paso 1:	Se realizará la construcción del cuestionario que comprende de 40 preguntas	
Paso 2:	Se realizará la encuesta mediante Google formularios a 40 clientes sobre la atención al cliente que ofrece Rio Hotel	
Paso 3:	Se consolido la información de los 40 encuestados y se procesó en la herramienta SPSS v.26	
Paso 4:	Se realizó la interpretación mediante la estadística descriptiva.	
Paso 5:	Se obtuvo los resultados mediante tablas y gráficos, incluyendo el Pareto de los problemas más álgidos.	
Método de análisis de datos – Estadística descriptiva		
Criterios	Fuente 1	Fuente 2
Cita textual	Los registros u observaciones efectuados proporcionan una serie de datos que necesariamente deben ser ordenados y presentados de una manera inteligible. La estadística descriptiva desarrolla un conjunto de técnicas cuya finalidad es presentar y reducir los diferentes datos observados.	Consiste sobre todo en la presentación de datos en forma de tablas y gráficos. Esta comprende cualquier actividad relacionada con los datos y está diseñada para resumir o describir lo mismo sin factores pertinentes adicionales; esto es, sin intentar inferir nada que vaya más allá de los datos, como tales.
Parafraseo	La estadística descriptiva proporciona una serie de datos, los almacena, ordena, realiza tablas o gráficos y calcula parámetros básicos sobre el conjunto de datos.	Para Ruiz (2000), Este método es la presentación de datos en gráficos y tablas, que están diseñados para resumir o describir los mismos sin intentar inferir los datos obtenidos.
Evidencia de la referencia utilizando Ms word	(Fernández y otros, 2002)	(Ruiz, 2000)
Redacción final	Fernando et al., (2002) el método estadístico descriptiva proporciona una serie de datos, los almacena, ordena, realiza tablas o gráficos y calcula parámetros básicos sobre el conjunto de datos. Asimismo, Ruiz (2000) Este método es la presentación de datos en gráficos y tablas, que están diseñados para resumir o describir los mismos sin intentar inferir los datos obtenidos.	

CUALITATIVA

Escenario de estudio	
Criterios	
Lugar geográfico	Rio Hotel
Provincia/Departamento	Tarapoto – San Martín
Descripción del escenario vinculado al problema	El área de atención al cliente y administrativa

Participantes – Unidades informantes (mínimo 4)				
Criterios	P1	P2	P3	P4
Sexo	M	M	F	F
Edad	45	38	28	35
Profesión	Gerente	administrador	Recepcionista	Ama de llaves
Rol (función)	<ol style="list-style-type: none"> Supervisar las actividades del hotel. Interactuar con los clientes. Supervisar al personal del hotel. Desempeñar actividades administrativas. Garantizar el cumplimiento de las normas sanitarias, de seguridad laboral, de licencias y otras normas legales. 	<ol style="list-style-type: none"> Proveer el mejor servicio al cliente y satisfacer las necesidades del huésped. Monitorear al personal del hotel y establecer sus responsabilidades. Dirigir proyectos de inversión turística y hotelera. Elaborar proyectos de gestión y comercialización. Gestionar funciones administrativas 	<ol style="list-style-type: none"> Recibir a los visitantes. Responder las llamadas telefónicas. Gestionar el e-mail y las redes sociales. Monitorizar la seguridad. Actividades financieras 	<ol style="list-style-type: none"> Inspeccionar las habitaciones, áreas públicas y áreas de servicios para asegurar el buen estado de las mismas. Registrar la entrada y la salida de las llaves maestras. Elaborar informes diarios sobre el estado de las habitaciones.

				<p>4. Llevar a cabo servicio a la habitación en caso de ser requerido por el huésped.</p> <p>5. Atender las solicitudes de clientes.</p>
Justificar porqué se seleccionó a los sujetos	Se ha seleccionado a estas cuatro personas porque son encargados de las áreas que están en constante contacto con los clientes. Y de ellos depende la calidad de servicio que ofrecen a los huéspedes.			

Técnica de recopilación de datos 1 - Entrevista			
Crterios	Fuente 1	Fuente 2	Fuente 3
Cita textual	Es un instrumento verbal, que nos ayuda a reunir datos durante un encuentro, de carácter privado y cordial, da su versión de los hechos y responde a preguntas relacionadas con un problema específico.	Técnica de investigación basada en la interacción personal de tipo comunicativo, que tiene como objetivo central obtener información básica para la concreción de una investigación previamente diseñada y en función de las dimensiones que se pretenden estudiar. Las entrevistas pueden ser: estructuradas, semiestructuradas y no estructuradas.	Se basa en un diálogo, dirigido por el entrevistador, encaminado a obtener información sobre el tema investigado; el diálogo implica, en este caso, diversos cuestionamientos planteados al entrevistado.
Parafraseo	Para Acevero y López (2004), la entrevista es un instrumento verbal que permite reunir datos de los hechos, relacionado con el problema específico.	Sánchez et al., (2018) Es una técnica de investigación que tiene como objetivo obtener información para la concreción de una investigación en función de las dimensiones que se va analizar.	Gómez (2012), La entrevista se basa en un dialogo que es dirigido por el entrevistador, donde plantea diversos cuestionamientos al entrevistado para obtener información sobre el tema investigado.
Evidencia de la referencia utilizando Ms word	(Acevero & López, 2004)	(Sánchez y otros, 2018)	(Gómez S. , 2012)
Redacción final	En los aportes de Acevero y López (2004), la entrevista es un instrumento verbal que permite reunir datos de los hechos, relacionado con el problema específico. Asimismo, Sánchez et al., (2018) indican que, es una técnica de investigación que tiene como objetivo obtener información para la concreción de una investigación en función de las dimensiones que se va analizar. Finalmente, Gómez (2012), La entrevista se basa en un dialogo que es dirigido por el entrevistador, donde plantea diversos cuestionamientos al entrevistado para obtener información sobre el tema investigado.		

Técnica de recopilación de datos 2 – Análisis Documental (contabilidad)			
Criterios	Fuente 1	Fuente 2	Fuente 3
Cita textual	Cita 1	Cita 2	Cita 3
Parafraseo	Parafraseo 1	Parafraseo 2	Parafraseo 3
Evidencia de la referencia utilizando Ms word			
Redacción final	Integrar el parafraseo de las tres fuentes, luego incluir la utilidad/ aporte del concepto		

Instrumento de recopilación de datos 1 – Guía de entrevista			
Criterios	Fuente 1	Fuente 2	Fuente 3
Cita textual	Es la de recordarle cuáles son las áreas principales que debe tocar con su indagación, la secuencia que llevará la conversación, y también que tipos de preguntas debe plantear. De esta forma, sabrá cómo movilizar la conversación y evitará que ésta, más que una entrevista, parezca un interrogatorio.	Es una herramienta que permite realizar un trabajo reflexivo para la organización de los temas posibles que se abordarán en la entrevista. No constituye un protocolo estructurado de preguntas. Es una lista de tópicos temáticos y áreas generales, a partir de la cual se organizarán los temas sobre los que tratarán las preguntas.	Es un formato en el que se encuentran los criterios en torno a los cuales se desarrolla la entrevista. Este instrumento permite identificar los aspectos que han de ser evaluados, tener una perspectiva de indagación definida.
Parafraseo	Acevero y López (2004), es la secuencia que llevara en la conversación y los tipos de pregunta que se deben plantear. Así, sabrá cómo desplazar la conversación para evitar que más que una entrevista, parezca un interrogatorio.	Para León (2005), es un instrumento que posibilita hacer un trabajo reflexivo para la organización de los temas probables que se plantearan en la entrevista. No constituye un protocolo estructurado de las preguntas. Es una lista de tópicos temáticos y superficies en general, desde la cual se organizarán los temas sobre los que tratarán en la entrevista.	Pinilla (2008) La guía de entrevista es un formato donde están los criterios en los que se desarrolla la entrevista. Esta herramienta permite identificar los aspectos que serán evaluados.
Evidencia de la referencia utilizando Ms word	(Acevero & López, 2004)	(León, 2005)	(Pinilla, 2008)

Redacción final	Acevero y López (2004), Indica que la guía de entrevista es la secuencia que llevara en la conversación y los tipos de pregunta que se deben plantear. Así, sabrá cómo desplazar la conversación para evitar que más que una entrevista, parezca un interrogatorio. Asimismo, para León (2005), es un instrumento que posibilita hacer un trabajo reflexivo para la organización de los temas probables que se plantearan en la entrevista. No constituye un protocolo estructurado de las preguntas. Es una lista de tópicos temáticos y superficies en general, desde la cual se organizarán los temas sobre los que tratarán en la entrevista. Finalmente, Pinilla (2008), La guía de entrevista es un formato donde están los criterios en los que se desarrolla la entrevista. Esta herramienta permite identificar los aspectos que serán evaluados.
------------------------	--

Instrumento de recopilación de datos 2 – Guía documental (contabilidad)			
Criterios	Fuente 1	Fuente 2	Fuente 3
Cita textual	Cita 1	Cita 2	Cita 3
Parafraseo	Parafraseo 1	Parafraseo 2	Parafraseo 3
Evidencia de la referencia utilizando Ms word		Raul Pino Gotuzzo	
Redacción final	Integrar el parafraseo de las tres fuentes, luego incluir la utilidad/ aporte del concepto		

Procedimiento Cualitativo	
Paso 1:	Se construye la guía de entrevista y se recopila los EEFF
Paso 2:	Se ejecuta la entrevista mediante grabación o sesión zoom a las 4 unidades informantes del área de A, B, C
Paso 3:	Se transcribe las grabaciones en un documento word en formato RTF para poder cargarlo en el proyecto de ATLAS.TI
Paso 4:	Se construyen las redes con las subcategorías e indicadores.
Paso 5:	Se realiza el diagnóstico y la triangulación mediante el uso de las redes de categorías.

Método de análisis de datos – Triangulación
--

Criterios	Fuente 1	Fuente 2
Cita textual	Uso de múltiples fuentes o estrategias en el estudio de un mismo fenómeno. Estrategia que se aplica en la investigación cualitativa para tratar de generalizar y confirmar los hallazgos haciendo una combinación de múltiples acercamientos referidos a un mismo fenómeno. Uso de más de un método, observador o sitio, para que brinden una verificación adicional del recuento del primer observador.	Este método es el más conocido y se utiliza cuando se pretende confirmar o corroborar resultados y efectuar una validación cruzada entre datos cualitativos y cuantitativos, así como aprovechar las ventajas de cada enfoque y minimizar sus desventajas o debilidades.
Parafraseo	Es el uso de diversos fuentes o tácticas en el análisis de un mismo fenómeno. Táctica que se aplica en la averiguación cualitativa para intentar de generalizar y confirmar los hallazgos realizando una conjunción de diversos acercamientos referidos a un mismo fenómeno.	Este procedimiento es el más distinguido y se usa una vez que se pretende confirmar o verificar resultados y hacer una validación cruzada entre datos cualitativos y cuantitativos, así como aprovechar los beneficios de cada enfoque y reducir sus desventajas o debilidades.
Evidencia de la referencia utilizando Ms word	(Sánchez y otros, 2018)	(Ñaupas y otros, 2014)
Redacción final	Para Sánchez et al., (2018) el método de triangulación es el uso de diversos fuentes o tácticas en el análisis de un mismo fenómeno. Táctica que se aplica en la averiguación cualitativa para intentar de generalizar y confirmar los hallazgos realizando una conjunción de diversos acercamientos referidos a un mismo fenómeno. Asimismo, Ñaupas et al., (2014) afirman que este procedimiento es el más distinguido y se usa una vez que se pretende confirmar o verificar resultados y hacer una validación cruzada entre datos cualitativos y cuantitativos, así como aprovechar los beneficios de cada enfoque y reducir sus desventajas o debilidades. Este método es un complemento primordial a la investigación porque le brinda un mayor conocimiento al investigador.	

Aspectos éticos	
APA	Se utilizó APA en la versión 7 y Turnitin
Muestra	La muestra corresponde 40 trabajadores de una población de 50.,
Data	Se trabajó con la data consolidada en Excel y SPSS