



**Universidad  
Norbert Wiener**

**UNIVERSIDAD PRIVADA NORBERT WIENER  
FACULTAD DE INGENIERÍA Y NEGOCIOS  
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA**

**Tesis**

**Plan de mejora organizacional como factor determinante de  
la calidad de servicio del Hotel Perú Pacífico en Jesús María,  
2017**

**Para optar el título profesional de Licenciada en Turismo y  
Hotelería**

**AUTOR**

Br. Barrientos Sanchez Carmen Michell

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD**

Salud, Enfermedad y Ambiente

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DEL PROGRAMA**

Gestiona la logística de empresas de hospedaje, restauración y afines

**LIMA - PERÚ**

**2017**

**“Plan de mejora organizacional como factor determinante de  
la calidad de servicio del Hotel Perú Pacífico en Jesús María,  
2017.”**

Miembros del Jurado

Presidente del Jurado

---

Secretario

---

Vocal

---

Asesor temático

Lic. Marco Antonio Sanchez Schmidt

### **Dedicatoria**

La presente tesis está dedicada a mis padres por su apoyo incondicional y por ser mi motor y motivo para lograr mis metas.

A mi hermana Aymee por ser mi guía en el camino profesional.

A mi padrino Pedro Gonzalo que está en el cielo y siempre estará en mi corazón y mis pensamientos.

### **Agradecimiento**

Agradezco al Lic. Marco Sanchez Schmidt; quien destacó desde el primer momento la importancia del objetivo de estudio del presente trabajo y a mi ex docente el Lic. Jesús Gunnar Cruz Baras por el apoyo que me brindó para llevar a cabo la realización de esta presente tesis.

Al gerente general del Hotel Perú Pacífico el Sr. Richard Benigno Cueva Salvo por permitirme el acceso correspondiente al hotel.

A mi alma mater la Universidad Norbert Wiener por haberme formado como profesional.

## Presentación

Señores miembros del Jurado:

Dando cumplimiento a las normas establecidas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada Norbert Wiener para optar el grado de Licenciado en Turismo y Hotelería, presento el trabajo de investigación holística denominado: Plan de mejora organizacional como factor determinante de la calidad de servicio del Hotel Perú Pacífico en Jesús María, 2017.

La investigación tiene como objetivo fundamental: Proponer un plan para mejorar la calidad de servicio interno del Hotel Perú Pacífico en Jesús María, 2017.

La presente investigación está dividida en ocho capítulos: En el primer capítulo se expone el problema de la investigación que incluye la identificación del problema, su formulación, los objetivos y la justificación. En el segundo capítulo se presenta el marco teórico metodológico donde se exponen los fundamentos teóricos utilizados para la propuesta, los antecedentes que se alinean a la propuesta y la estructura metodológica con la que se desarrolla esta investigación. El tercer capítulo corresponde a la empresa y su descripción. El cuarto capítulo abarca el trabajo de campo que incluye el diagnóstico cuantitativo, cualitativo y la triangulación de datos que da como resultado el diagnóstico final. El quinto capítulo expone la propuesta de la investigación denominada “Manual de calidad de servicio interno correspondiente a la categoría 2 estrellas” que integra los fundamentos necesarios para ser aplicados en el Hotel Perú Pacífico. El sexto capítulo trata de la discusión que es originada por la triangulación de los fundamentos teóricos y antecedentes, el diagnóstico final y la propuesta de la investigación para dar como resultado los constructos que se tomó como objetivos de la tesis. El séptimo capítulo

presenta las conclusiones y sugerencias, para finalizar con el capítulo ocho donde se detallan las referencias bibliográficas.

Señores miembros del jurado espero que esta investigación considere su evaluación y merezca su aprobación para ser aplicado en el contexto de la empresa estudiada.

**Br. Carmen M. Barrientos Sanchez**

**DNI: 71395042**

## Índice

	Pág.
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Presentación	vi
Índice	viii
Índice de tablas	xii
Índice de figuras	xiii
Índice de cuadros	xiv
Resumen	xv
Abstract	xvi
Introducción	xvii
CAPÍTULO I	19
PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	19
1.1 Problema de la investigación	19
1.1.1 Identificación del problema	20
1.1.2 Formulación del problema	27
1.2 Objetivos	27
1.2.1 Objetivo general	27
1.2.2 Objetivos específicos	27
1.3 Justificación	27
1.3.1 Justificación metodológica	28
1.3.2 Justificación práctica	28



CAPÍTULO II	29
MARCO TEÓRICO METODOLÓGICO	29
2.1 Marco teórico	30
2.1.1 Sustento teórico	30
2.1.2 Antecedentes	38
2.1.3 Marco conceptual	46
2.2 Metodología	65
2.2.1 Sintagma	65
2.2.2 Enfoque	66
2.2.3 Tipo	66
2.2.4 Diseño	67
2.2.5 Categorías y subcategorías apriorísticas y emergentes	67
2.2.6 Unidad de análisis	68
2.2.7 Instrumentos y técnicas	69
2.2.8 Procedimientos y métodos de análisis	72
2.2.9 Mapeamiento	73
CAPÍTULO III	76
LA EMPRESA	76
3.1 Descripción de la empresa	77
3.2 Marco legal de la empresa	80
3.3 Actividad económica de la empresa	80
3.4 Información tributaria de la empresa	80
3.5 Información económica y financiera de la empresa	81
3.6 Proyectos actuales	81

3.7 Prospectiva empresarial	81
CAPÍTULO IV	82
TRABAJO DE CAMPO	82
4.1 Diagnostico cuantitativo	83
4.2 Diagnostico cualitativo	89
4.3 Triangulación de datos: Diagnóstico final	96
CAPÍTULO V	98
PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN	98
5.1 Fundamentos de la propuesta	99
5.2 Objetivo general	100
5.3 Problema	100
5.4 Justificación	101
5.5 Resultados esperados	101
5.6 Plan de Actividades	103
5.7 Evidencias	104
5.8 Presupuestos	105
5.9 Diagrama de Gantt/Pert CPM	106
5.10 Flujo de caja en un plazo de cinco años considerando tres escenarios	107
5.11 Viabilidad económica de la propuesta	113
5.12 Validación de la propuesta	113
CAPÍTULO VI	114
DISCUSION	114
CAPÍTULO VII	119
Conclusiones	120

Sugerencias	122
CAPÍTULO VIII	124
REFERENCIAS	125
ANEXOS	131
Anexo 1: Matriz de la investigación	132
Anexo 2: Matriz Metodologica de categorización	133
Anexo 3: Instrumento cuanlitativo	135
Anexo 4: Fichas de validación de los instrumentos cuantitativos	137
Anexo 5: Ficha de la validacion de la propuesta	146
Anexo 6: Evidencias de la visita a la empresa	150
Anexo 7: Formato para clasificación y categorización (Mincetur)	155
Anexo 8: Reglamento de Establecimiento de Hospedaje	156
Anexo 9: Evidencia de la propuesta	177

**Índice de tablas**

Tabla 1 Muestra holística para la investigación.	69
Tabla 2 Validez de expertos	71
Tabla 3 Análisis de confiabilidad	71
Tabla 4 Niveles de calidad de servicio de la sub categoría elementos tangibles	83
Tabla 5 Niveles de calidad de servicio de la sub categoría fiabilidad.	84
Tabla 6 Niveles de calidad de la sub categoría capacidad de respuestas.	85
Tabla 7 Niveles de calidad de la sub categoría seguridad.	86
Tabla 8 Niveles de calidad de servicio de la sub categoría empatía.	87
Tabla 9 Niveles de calidad del servicio en el Hotel Perú Pacífico.	88
Tabla 10 Flujo de caja en el escenario optimista	107
Tabla 11 Flujo de caja en el escenario probable	109
Tabla 12 Flujo de caja en el escenario pesimista	111
Tabla 13 Viabilidad económica de la propuesta según los tres escenarios del flujo de caja	113

### Índice de figuras

Figura 1. Modelo SERVQUAL basado en las cinco (5) dimensiones	30
Figura 2. Modelo de Calidad de Gronroos	32
Figura 3. Modelo de los Tres Componentes -Rust y Oliver(1994)	33
Figura 4. <i>Modelo SERVQUAL basado en las cinco(5) dimensiones</i>	34
Figura 5. Modelo SERVQUAL en relacion al compañía y cliente	35
Figura 6. Modelo SERVQUAL.	55
Figura 7. Mapeamiento de la investigación	75
Figura 8. Organigrama Estructural – Inversiones AMPSOES del Hotel Perú Pacífico	79
Figura 9. Gráfico de barras de los niveles de calidad de servicio de la sub categoría elementos tangibles.	83
Figura 10. Gráfico de barras de los niveles de calidad de servicio de la sub categoría fiabilidad.	84
Figura 11. Gráfico de barras de los niveles de calidad de servicio de la sub categoría capacidad de respuestas.	85
Figura 12. Gráfico de barras de los niveles de calidad de servicio de la sub categoría seguridad	86
Figura 13. Gráfico de barras de los niveles de calidad de servicio de la sub categoría empatía.	87
Figura 14. Gráfico de barras de los niveles de calidad del servicio en el Hotel Perú Pacífico.	88
Figura 15. Diagrama de Gantt de la propuesta	106

**Índice de cuadros**

Cuadro 1. Dimensiones del modelo SERVQUAL para medir la Calidad de los Servicios	34
Cuadro 2. Categorías apriorísticas y emergentes	67
Cuadro 3. Tarifario de habitaciones del Hotel Perú Pacífico	78
Cuadro 4. Presupuesto de la propuesta	105

## Resumen

En la presente investigación se expone la finalidad de proponer un Plan de mejora organizacional como factor determinante de la calidad de servicio del Hotel Perú Pacífico en Jesús María – 2017, que permita al colaborador brindar un buen servicio al huésped. Considerando que el índice de competitividad en el rubro presenta mayor participación cada año, es por ello que se decidió crear un Manual de Calidad de Servicio interno, orientado a las empresas dedicadas al rubro de establecimientos de hospedaje específicamente a hoteles de categoría 2 estrellas, sobre cómo establecer acciones estandarizadas dentro del servicio ofrecido, que permita una relación de valorar con sus clientes en base al empleo de herramientas y criterios mínimos de calidad.

La investigación utilizó el sintagma holístico que emplea la teoría del enfoque mixto, específicamente de tipo aplicado – proyectivo, debido a que estas teorías facilitaron la creación de una propuesta donde se apliquen los fundamentos teóricos para dar solución a los problemas de calidad de servicio interno correspondiente en el rubro hotelero específicamente a la categoría 2 estrellas.

Se construyó un manual de calidad de servicio interno de mejora continua con procedimientos específicos y necesarios para que los colaboradores desarrollen su gestión diaria, y los oriente a ejecutar sus actividades enfocadas en la consecución de los objetivos del hotel.

*Palabras claves:* Calidad de servicio, huésped, satisfacción, plan de mejora continua estratégico y organizacional.

## Abstract

In this investigation the main point is to propose an Organizational Improvement Plan as a determinant of the quality of service of the Hotel Perú Pacífico in Jesús María - 2017, which will allow the employee to provide a good service to the guest. Considering that the competitiveness index in this category presents greater competitiveness each year, it is for this reason that it was decided to create a Service Quality Manual, oriented to the companies dedicated to the heading of establishments of lodging specifically to hotels of category 2 stars, on how Establish standardized actions within the offered service, which allows a valuation relationship with its clients based on the use of tools and minimum quality criteria.

The research used the holistic syntagm that uses the mixed approach theory, specifically of applied -projective type, because these theories facilitated the creation of a proposal where the theoretical foundations to solve the problems of corresponding internal quality of service In the category hotelero specifically to category 2 stars.

A manual of internal quality of service of continuous improvement was built with specific procedures and necessary for the employees to develop their daily management, and orient them to execute their activities focused on the attainment of the objectives of the hotel.

*Key words:* Quality of service, guest, satisfaction, plan for continuous strategic and organizational improvement.



## Introducción

La presente investigación se basa en un Plan de mejora organizacional como factor determinante de la calidad de servicio del Hotel Perú Pacífico en Jesús María - 2017, el cual tiene como objetivo principal proponer un plan para mejorar la calidad de servicio del Hotel Perú Pacífico que permita al colaborador desenvolverse de forma efectiva en su área asignada de acuerdo a los objetivos establecidos en el hotel.

Para el estudio de esta investigación se analizaron las categorías estructura organizacional y calidad de servicio. Para la primera categoría se consideró principalmente los fundamentos del autor Grönroos quien menciona que la calidad de servicio es un concepto que gira alrededor de la figura del cliente, asimismo Parasuraman a través de su propuesta teórica enfocada en 5 dimensiones y la aplicación práctica del Modelo SERVQUAL que define a esta categoría como el factor clave para lograr un alto nivel de calidad en el servicio o sobrepasar las expectativas que el cliente tiene respecto al servicio y superar los objetivos empresariales; mientras que la categoría de estructura organizacional es fundamentada principalmente por el autor Chiavenato como elementos relativamente estables que se relacionan en el tiempo y en el espacio para formar una totalidad; también el autor Strategor determinan formalmente las funciones que debe cumplir el colaborador y el modo de comunicación entre cada área.

Finalmente, estos problemas serán resueltos mediante la propuesta “Manual de calidad de servicio interno correspondiente a la categoría 2 estrellas” que incluye una serie de pautas que el colaborador debe desempeñarse sin ninguna dificultad en el puesto que se le asigna o requiera, asimismo logre alcanzar los objetivos mensuales del hotel.

## **CAPÍTULO I**

### **PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN**

## **1.1 Problema de la investigación**

### **1.1.1 Identificación del problema**

En el sector hotelero la calidad de servicio es un valor complejo y significativo, definitivamente en la actualidad cumple con un rol muy importante en las empresas del servicio turístico, debido a que la planificación en relación a la organización, de sus instalaciones y equipamiento correspondiente a la planta turística, ubicadas en un determinado destino de interés turístico, deben garantizar la plena satisfacción de sus clientes (huéspedes), tanto internos como externos. Determinar el nivel de satisfacción es importante para asegurar la fidelidad en los clientes y además nos puedan recomendar debido a que la calidad en el servicio sea garantizada.

En el 2012, según el estudio de brechas hoteleras del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), nos indica que Lima Metropolitana es el centro de la actividad empresarial, financiera, industrial y comercial en el Perú. Considerando que la oferta hotelera es diversificada, posee altas tasas de ocupación con un promedio anual entre 70% y 80% y alto potencial para la inversión.

Según un informe del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) 2016 Los precios al consumidor en el sector Hoteles y Restaurantes registraron un incremento de 4,83% en el acumulado enero–diciembre del 2016, en relación a similar período del año anterior.

El documento explica que el aumento se basa, fundamentalmente, en la variación anual de los siguientes subsectores: Servicios de suministro de comidas y bebidas por

contrato con 4,86% (servicio de comida en restaurantes y locales similares 4,98% y servicio de bebidas en restaurantes y locales similares 4,12%) y Servicios de alojamiento con 1,59%.

Por otro lado, el Índice de Precios al Consumidor a Nivel Nacional de INEI menciona que las tarifas de los servicios de alojamientos (hoteles) en Lima Metropolitana registraron un alza de 1,29 en el acumulado 2016 y de 0,06% en diciembre último.

El Instituto Nacional de Estadísticas e Informática, comprende el compendio Estadístico del Perú que se basa fundamentalmente, en los principales indicadores de la capacidad de alojamiento de los establecimientos de hospedaje, según categoría dos estrellas – 2013, menciona el número de arribos nacionales (3 528 263), extranjeros (315 419) con un total de (3 843 682) turistas. De acuerdo a las cifras de pernoctación de turistas nacionales (4 492 422), extranjeros (561 604) con un total de (5 054 026). (INEI, 2014).

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - Encuesta Mensual de Turismo para Establecimientos de Hospedaje - 2015, a través de la gráfica en barras nos detalla en unidades el total de hoteles de acuerdo a la categoría dos estrellas comprende con un total de 1337 hoteles.

El Manual de Buenas Prácticas de Gestión de Servicios para Establecimientos de Hospedaje surge como una respuesta a la evolución del rubro, donde las exigencias de los clientes son cada vez mayores y requieren ser atendidas efectivamente. Precisamente el presente manual, que complementa pero no resta a su antecesor, proporciona una guía para alcanzar una Gestión Integral de la Calidad mediante la implementación de las recomendaciones de Buenas Prácticas en las diferentes áreas del establecimiento de hospedaje (MINCETUR, 2012).

Actualmente, según cifras oficiales de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR) Lima, Jesús María, existen 23 establecimientos de hospedaje no categorizados. Debido a que no cumplen con lo que se expresa en el reglamento de Establecimiento de Hospedaje, DS N° 001-2015-MINCETUR, de aplicarlo tienen que estar aptos en cumplir con las exigencias que se les designa.

En el caso específico de la empresa Hotel Perú Pacífico, ha sido registrado en el directorio de alojamiento, hostales y hoteles – DIRCETUR (2008) como un hotel de 2 estrellas, considerando que cumple con las características y exigencias básicas para esta nominación.

De acuerdo al Reglamento de Establecimiento de Hospedaje (DS N° 001-2015-MINCETUR), el Titular del establecimiento obligatoriamente presentará anualmente una Declaración Jurada de cumplimiento de requisitos mínimos establecidos de acuerdo a la clase y categoría correspondiente, utilizando el formato según modelo aprobado por el Viceministerio de Turismo.

El portal oficial informativo de CANATUR (2016) menciona que en los últimos 5 años, el Perú ha mostrado una evolución favorable en el sector hotelero y, gracias al crecimiento de la demanda, las empresas privadas nacionales e internacionales se han animado a invertir en este rubro. Así lo señala un informe elaborado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), el cual indica que, entre el 2011 y el 2015, se han integrado a la oferta 4,800 nuevos establecimientos de hospedaje, registrando un crecimiento de 33% en dicho periodo.

Asimismo, resalta que, del 2011 al 2016, el flujo de inversión en hoteles fue de US\$ 600 millones. Al 2021 se espera una inversión de US\$ 1,141 millones, es decir, casi el doble del monto del período anterior. La mayoría de dichas inversiones pertenecen a cadenas hoteleras internacionales y nacionales.

De acuerdo a la página oficial de Booking.com – Hoteles (2017), muestra resultados de la satisfacción del cliente expresada en la web mediante una serie de rangos de puntuación basado en comentarios. Establecidos de la siguiente manera: Fantástico: (9+), Bien (7-9), Mal: (3-5), Muy mal: (1-3).

El hotel Perú Pacífico es catalogado de OK de acuerdo a la puntuación ponderada de la calidad de servicio de 6.7 /10, basado en 33 comentarios y desglosada la puntuación de la siguiente manera: Limpieza (6,7), Confort (5,8), Ubicación (7,3), Instalaciones y servicios (6,2), Personal (7,1), Relación calidad – precio (6,7), Wifi gratis (5,7) y Servicio de habitaciones (2,5).

El hotel Perú Pacífico es catalogado de OK de acuerdo a la puntuación ponderada de la calidad de servicio de 6.7 /10, basado en 33 comentarios y desglosada la puntuación de la siguiente manera: Limpieza (6,7), Confort (5,8), Ubicación (7,3), Instalaciones y servicios (6,2), Personal (7,1), Relación calidad – precio (6,7), Wifi gratis (5,7) y Servicio de habitaciones (2,5).

El Hotel Perú Pacífico pertenece a la Asociación Mutualista de Sub Oficiales de la Policía Nacional del Perú o simplemente “Ampsoes-Pnp”, opera como una asociación civil sin fines de lucro, como persona jurídica de derecho privado, que otorga Beneficios Mutuales

y Servicios a sus asociados; realizando para ello Actos Asociativos Internos de Mutua Cooperación.

Perú Pacífico es un hotel corporativo y familiar categorizado con dos (2) estrellas, ocupa un edificio de 9 plantas y se encuentra ubicado en el tradicional distrito de Jesús María, zona residencial y comercial por excelencia en la Av. Cuba N° 127 altura de la cuadra 9 de la Av. Arenales, a una cuadra del Colegio de Contadores y a dos cuadras de Panamericana TV.

- Cuenta con 73 habitaciones: Simples, dobles, triples, matrimoniales, suite totalmente alfombradas y decoradas.
- Lobby moderno en cada piso y staff calificado.
- Restaurante menús diarios y platos a la carta.
- Servicio de taxi (recojo y traslados).
- Salón de conferencias (aforo: 100 personas).
- Lavandería propia
- Seguridad las 24 horas.

De acuerdo al organigrama estructural – Inversiones AMPSOES del Hotel Perú Pacífico está comprendido por un directorio, gerente general, administración, secretaria, eventos especiales, departamento de operaciones de ventas, recepcionista, botones, ama de llaves, camarero(a), lavandería, auxiliar, contador, asistente, auditor nocturno, recepción, compras, almacenero, mantenimiento y seguridad.

Por consiguiente, en vista de la visita se puede analizar una gran problemática debido a que actualmente el hotel tiene 14 colaboradores y está comprendido por un gerente general,

administrador, secretaria, contadora, tres señoritas en el área de recepción, tres señores en el área de seguridad, cuatro jóvenes en el área de housekeeping y dos señoras en el área de lavandería; estos son los puestos que netamente están ligados con el servicio que se ofrece en hotel.

Por lo tanto, el establecimiento de hospedaje Hotel Perú Pacífico debería gestionar la calidad en el servicio, considerando la propuesta anteriormente mencionada con la finalidad de optimizar sus procesos organizacionales con proyecciones a ser cada vez más competitivos.

Por tal motivo, se propone realizar una propuesta de un “Manual de Calidad de Servicio interno correspondiente a establecimientos de hospedaje específicamente en la categoría 2 estrellas” como factor integrante de la calidad de servicio del Hotel Perú Pacífico, debido que en la actualidad el equipamiento, las instalaciones y el personal de colaboradores no se encuentran lo suficientemente capacitado para brindar calidad y satisfacción en el servicio, siendo este un factor limitante para el planteamiento y logro de los objetivos que debe cumplir toda empresa de establecimiento de hospedajes.

Según CALTUR (Calidad turística del Perú), menciona que en los últimos años, Perú, se ha convertido en un gran destino turístico y es escenario donde los consumidores cada vez son más exigentes y la competencia va aumentando a un ritmo acelerado, causa de esto, las empresas están optimizando sus sistemas de gestión y calidad de los servicios que brindan, cuyo objetivo general es generar un movimiento nacional hacia la calidad, una posición de liderazgo internacional del Perú en el ámbito de calidad en turismo.



De acuerdo al Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas SABP de CALTUR (2016), este instrumento está inspirado en la noción de un producto turístico de calidad, debe combinar atractivos, servicios, y facilidades de manera tal que motive la decisión de viaje de los turistas al lugar donde se ofrece dicho producto, y que esa decisión se repita, y que constituya la principal herramienta para mejorar la posición del Perú como destino turístico a nivel internacional, reconocido por la calidad total de su oferta turística.

La Cartilla de evaluación para establecimientos de hospedaje ha sido modificada en el año 2016 con la finalidad estandarizar la categorización de establecimientos de hospedaje, en 3 niveles dentro de los cuales van a ser evaluados los establecimientos de categorías de 1 a 5 estrellas, porque lo que en el año 2017 se ha elaborado una nueva cartilla que facilite el asesoramiento experto, directo e individualizado, para la mejor aplicación de las BP en la empresa, de conformidad con el Plan Nacional de Calidad Turística del Perú - CALTUR.

La finalidad de la aplicación de la cartilla es otorga un reconocimiento a los prestadores de servicios turísticos que aplican los manuales de buenas prácticas (MBP), desarrollando y cumpliendo satisfactoriamente con cada una de las fases.

Según la Asociación de Hoteles, Restaurantes y Afines (AHORA Perú), asocia a personas jurídicas y naturales de derecho privado, nacionales y extranjeras que brindan servicios de Alojamiento (Hotelería), Restauración (expendio de alimentos y/o bebidas) en todas sus modalidades, Formación (Universidades e Institutos Educativos) en las profesiones dentro del ámbito turístico, entretenimiento (empresas que operan Casinos y Empresas de Juegos de Azar, empresas de espectáculos, clubes sociales, asociaciones en general, café teatros, bares, discotecas y peñas), producción y/o comercialización de artesanías peruanas,

museos, galerías de arte, y proveedores de productos equipos y servicios vinculados al sector de hostelería.

Siguiendo la premisa de enfocarse continuamente hacia sus asociados, AHORA-PERU cuenta con mecanismos para identificar tanto mejoras en los servicios actualmente ofrecidos, como nuevos servicios que puedan proporcionar valor añadido a sus asociados y poya a los asociados a alcanzar ajustarse a los estándares internacionales y a las tendencias del sector.

La Camara de comercio de lima - CCL como gremio transversal que representa a las diversas actividades del comercio, la producción y los servicios, alienta y promueve la creciente participación de sus asociados tanto en los aspectos técnicos y empresariales; de esta manera promueve el desarrollo de la libre empresa haciendo respetar sus legítimos derechos, facilitando oportunidades de negocio, brindándole asistencia y servicios e impulsando su competitividad.

Siguiendo la premisa, el Gremio de Turismo de la Camara de Comercio de Lima, agrupa a empresas del sector, como hoteles, consultorías, agencias de viajes, restaurantes, escuelas gastronómicas, proveedores para restaurantes, entre otros. Actualmente la Cámara de Comercio de Lima tiene 15 Gremios, considerando a uno de ellos como el Gremio de turismo - COMTUR – Gastronomía.

### **1.1.2 Formulación del problema**

Luego del planteamiento del problema se formula la siguiente interrogante:

¿Cómo mejorar la calidad de servicio interno del Hotel Perú Pacífico en Jesús María?

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo general**

Proponer un plan para mejorar la calidad de servicio interno al Hotel Perú Pacífico en Jesús María - 2017.

### **1.2.2 Objetivos específicos**

Diagnosticar la situación del hotel, en base a los requisitos que exige el Reglamento de Hospedajes y el manual de buenas prácticas de CALTUR.

Teorizar las categorías calidad de servicio y sus respectivas categorías apriorísticas y emergentes.

Diseñar un manual de calidad de servicio interno para la mejora de la calidad de servicio del Hotel Perú Pacífico.

Validar los instrumentos de investigación y la propuesta de estudio a través de opinión de expertos.

Evidenciar a través de un flujograma el servicio del Hotel Perú Pacífico.

## **1.3 Justificación**

La presente investigación radica de la importancia que tiene la calidad del servicio, porque es un elemento indispensable y permite a ésta entidad diferenciarse de la competencia; tomando en cuenta que las expectativas del cliente son cada vez más exigentes, en este caso, se propone establecer un plan para mejorar la calidad de servicio interno al Hotel Perú Pacífico.

### **1.3.1 Justificación metodológica**

Esta investigación estudia la calidad de servicio que presenta el hotel en las áreas de reservas, recepción, housekeeping, lavandería y salón de conferencia. Para éste se propondrán medidas de corrección que ayudarán a mejorar la calidad de servicio en el Hotel Perú Pacífico.

La investigación holística dará como resultado el diseño de un manual para mejorar la calidad de servicio interno, basada en obtener un resultado sostenible.

### **1.3.2 Justificación práctica**

La presente investigación resultó útil y beneficiosa para el Hotel Perú Pacífico en el distrito de Jesús María. Para ello se identificó una problemática en el establecimiento, referente al nivel de satisfacción del huésped como factor determinante para mejorar la calidad de servicio.

En la investigación se propuso la aplicación del modelo SERVQUAL que consta de 22 preguntas, la aplicación práctica del Modelo permitió medir el nivel de satisfacción del huésped y ayudó a identificar los aspectos positivos y negativos que atraviesa el hotel.

Para seguir llevando a cabo la investigación se tomó como instrumentos de recolección de datos una ficha de entrevista conformada por 07 preguntas abiertas relacionadas con mis 5 dimensiones del Modelo SERVQUAL.

A través de los resultados que se obtenga se propondrá medidas de corrección a través de una propuesta integral, permitiendo desarrollar herramientas de gestión para el análisis y ejecución de las actividades, teniendo el objetivo principal de incrementar la afluencia turística (demanda); así como la estandarización de procesos y/o servicios en el hotel.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO METODOLÓGICO**

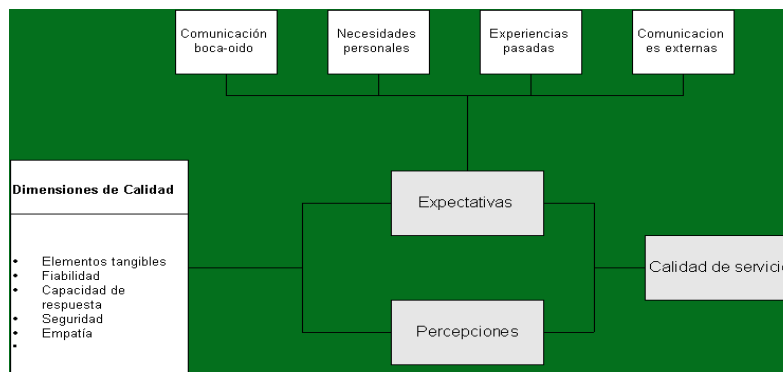
## 2.1 Marco teórico

### 2.1.1 Sustento teórico

La calidad de servicio es una pieza fundamental para aquellas organizaciones que quieran fijar su visión y obtener un posicionamiento. En la actualidad, se puede observar que el atributo que contribuye a que una organización logre un posicionamiento es la opinión de los clientes sobre el servicio que reciben. De esta manera, se hace obvio que la organización deberá satisfacer todas las necesidades y expectativas del cliente para que éste se forme una opinión positiva; eso es lo que se llama calidad de servicio.

En la investigación se revisará muchas teorías, pero de ellas siendo la más representativa es la teoría del Modelo SERVQUAL.

SERVQUAL es un cuestionario con preguntas estandarizadas para la Medición de la Calidad del Servicio, herramienta desarrollada por Valerie A. Zeithaml, A. Parasuraman y Leonard L. Berry desarrollado en los Estados Unidos con el auspicio del Marketing Science Institute y validado a America Latina por Michelsen Consulting con el apoyo del nuevo Instituto Latinoamericano de Calidad en los Servicios. El Estudio de Validación concluyó en junio de 1992.



*Figura 1.* Modelo SERVQUAL basado en las cinco (5) dimensiones. Fuente: Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993).

La importancia en mi investigación de presentar todos los recursos implicados en función a la calidad de servicio, se puede acotar que se centraron los estudios en la actitud del huésped ante el servicio prestado, específicamente en sus expectativas y percepciones.

Los aportes de la escuela nórdica o norteeuropea, según los autores: Grönroos (1984); Rust y Oliver (1994) y Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993) se centraron originalmente en propuestas conceptuales más que empíricas, los cuales sirvieron de base para estudios y análisis. Generalmente, exponen desde diferentes perspectivas diversos esquemas sistémicos donde se identifican algunas dimensiones y elementos claves de la producción y entrega del servicio, el ambiente y la imagen; que habría que considerar y administrar en la relación cliente-empresa para garantizar un ofrecimiento de un servicio de calidad superior y la satisfacción del consumidor sobrepase sus expectativas.

### **Escuela Norteeuropea o Nórdica**

#### **Modelo de Calidad de Servicio**

La calidad total percibida se produce cuando la calidad experimentada satisface la calidad esperada.

Ante esto el modelo de imagen de Grönroos es:

“El modelo de imagen de Grönroos define y explica la calidad de servicio a la vez que asocia su gestión con las actividades propias del marketing y la relación de intercambio con un mercado de consumidores” (Grönroos, 1988, p. 12).

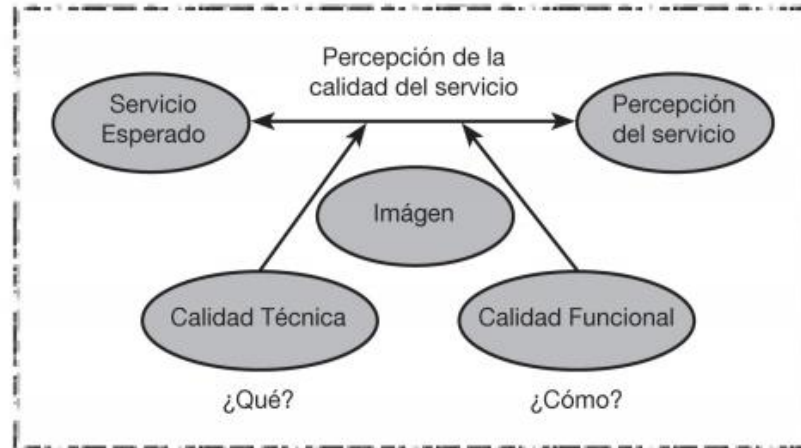


Figura 2. Modelo de Calidad de Gronroos. Fuente: Rust y Oliver (1994, p.40).

El beneficio de esta teoría, principalmente, es saber que el cliente realmente está influenciado por el resultado del servicio, pero también por la forma en que lo recibe y la imagen corporativa. Por dicha razón la calidad se enfoca en un servicio correcto y que conduzca a un resultado aceptable.

### **Modelo de los Tres Componentes de Rust y Oliver**

La calidad del servicio es un tema de actualidad que pertenece a las líneas de investigación de Marketing.

Ante esto el modelo de los tres componentes de Rust y Oliver es:

El modelo se compone de tres elementos: el servicio y sus características (service product), el proceso de envío del servicio o entrega (service delivery) y el ambiente que rodea el servicio (environment). Su planteamiento inicial fue para productos físicos. Al aplicarlo al servicio, cambia el centro de atención, pero, como ellos afirman, se está hablando de empresas de servicios o de productos, los tres elementos de la calidad del servicio siempre están presentes. (Rust y Oliver, 1994, p. 8).





*Figura 3.* Modelo de los Tres Componentes de Rust y Oliver(1994). Fuente: Rust y Oliver (1994, p.11).

Así mismo, cabe destacar que las características se refieren al diseño del servicio antes de ser entregado al cliente, y principalmente se determinan según el mercado objetivo.

### **Escuela Norteamericana**

#### **El Modelo SERVQUAL**

El presente modelo permite evaluar, pero también es un instrumento de mejora y de comparación con otras organizaciones.

Ante esto el modelo SERVQUAL es:

Una potente técnica de investigación comercial en profundidad que permite realizar una medición del nivel de calidad de cualquier tipo de empresa de servicios, permitiendo conocer qué expectativas tienen los clientes y cómo ellos aprecian el servicio, también diagnóstica de manera global el proceso de servicio objeto de estudio. De manera concreta, asumiendo la naturaleza multidimensional del constructo, este modelo propone que la calidad de servicio

se puede estimar a partir de cinco dimensiones: elementos tangibles, la confiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1989, p.8).

La calidad de servicio recibió un fuerte impulso para su aplicación en la gestión de las organizaciones a partir del trabajo desarrollado.

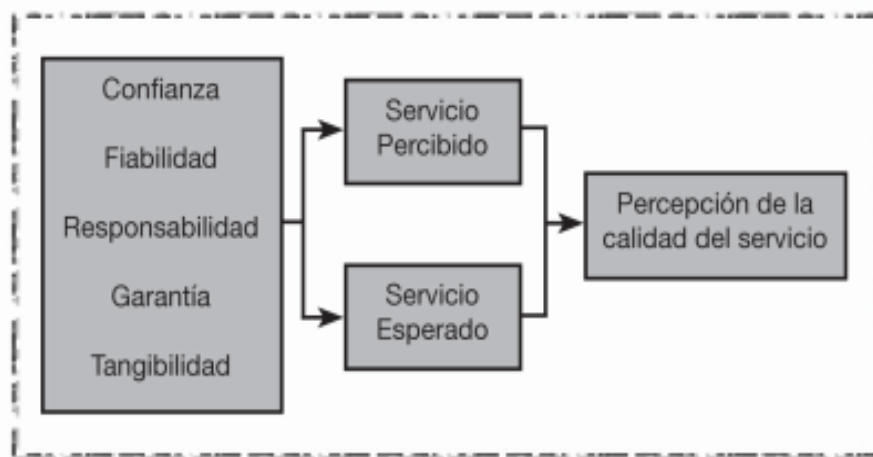


Figura 4. Modelo SERVQUAL basado en las cinco(5) dimensiones. Fuente: Parasuraman y Zeithaml (2004,p.16).

A continuación se detallará la descripción de las cinco dimensiones:

Dimensión	Descripción
Elementos Tangibles	Apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y materiales para comunicaciones
Confiabilidad	Capacidad para brindar el servicio prometido en forma precisa y digna de confianza
Capacidad de Respuesta	Buena disposición para ayudar a los clientes a proporcionarles un servicio expedito
Seguridad	Conocimiento y cortesía de los empleados, así como su capacidad para transmitir seguridad y confianza
Empatía	Cuidado y atención individualizada que la empresa proporciona a sus clientes

Cuadro 1. Dimensiones del modelo SERVQUAL para medir la Calidad de los Servicios. Fuente: (Schiffman y Lacar, 2001).

Según el Modelo SERVQUAL, en la siguiente gráfica se mostrará la relación que existe entre compañía y cliente:

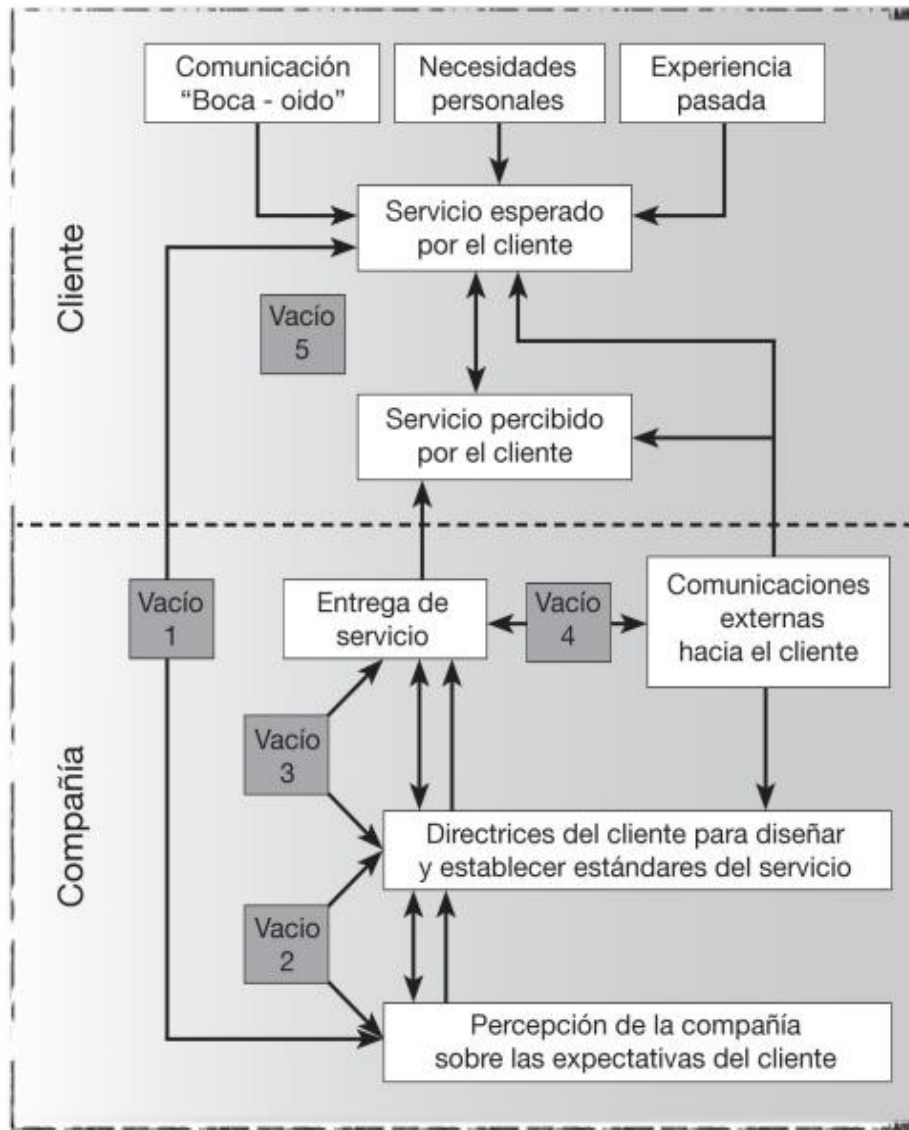


Figura 5. Modelo SERVQUAL en relación al compañía y cliente. Fuente: Parasuraman y Zeithaml (2004,p.16).

Gap 1: Diferencia entre las expectativas de los usuarios y las percepciones de los directivos.

Gap 2: Diferencia entre las percepciones de los directivos y las especificaciones o normas de calidad.

Gap 3: Diferencia entre las especificaciones de la calidad del servicio y la prestación del servicio.

Gap 4: Diferencia entre la prestación del servicio y la comunicación externa. Gap 5: Diferencia entre las expectativas del consumidor sobre la calidad del servicio y las percepciones que tiene del servicio.

Una vez localizados y definidos los vacíos de una prestación de servicio de no calidad, Parasuraman, Zeithaml y Berry advierten que se deben investigar sus causas y establecer las acciones correctivas que permitan mejorar la calidad.

El Modelo SERVQUAL es utilizado como instrumento de mejora y que, fundamentalmente, consiste en reducir determinadas discrepancias en organizaciones que básicamente expenden servicios.

Esta teoría será esencial para las estrategias que tendrá que emplear los colaboradores del hotel en sus actividades operativas, los cuales serán integrados en su actuación diaria y planificación mensual. Finalmente, la investigación se orientará en la utilización de las cinco dimensiones dictadas por SERVQUAL, que dará origen a la profesionalización y procedimientos claramente establecidos para la actuación del colaborador del Hotel Peru Pacífico.

## **Teoría de la Administración por Objetivos**

La aplicabilidad de las teorías mencionadas se encontrará sujeta a los objetivos que tenga la organización o empresa; por tal motivo, es importante saber que las empresas que no miden sus actividades, son empresas que están propensas a su fracaso; es por ello que la Teoría Neoclásica, con su máximo representante Peter Drucker, en 1954, enmarca su estudio en el enfoque de los resultados, y es así que propone su teoría de la Administración por Objetivos (APO), que será la herramienta de mayor impacto en esta investigación.

Asimismo, Drucker menciona que existe una dinámica coordinada entre el gerente y sus subordinados, con el fin de plantear objetivos operativos que deberán cumplir para obtener los resultados deseados; además, los mandos representativos de la empresa facilitarán los recursos que sean propicios para el fin.

La importancia de trabajar por objetivos se encuentra basado en los siguientes aspectos:

Los objetivos proporcionan una directriz que permite un adecuado trabajo en equipo, eliminando las tendencias egocéntricas de los grupos y sirviendo de base para evaluar los planes con óptimos resultados, mitigando los errores provocados por la omisión. Mejora la posibilidad de prever el futuro y orienta a distribuir los recursos, eficientemente, con buen criterio (Chiavenato, 2014, p. 163).

Finalmente, contando con una estructura sólida para mejorar la organización, la investigación se orientará en la utilización de "un sistema dinámico que busca integrar las necesidades de la empresa de definir y alcanzar sus propósitos de lucro y crecimiento con la necesidad de contribuir en el desarrollo del establecimiento.

## 2.1.2 Antecedentes

### Antecedentes nacionales

Hendrix & Garcia (2015), mediante su investigación titulada: *Evaluación de la calidad del servicio del hotel “girasoles hotel” de la ciudad de lima, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2015*, el cual tuvo como objetivo evaluar la calidad del servicio del hotel “Girasoles Hotel” de la ciudad de Lima, en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas. La información presentada referente al hotel “Girasoles Hotel” fue obtenida a través de técnicas e instrumentos de investigación como la observación, la entrevista y la aplicación de cuestionarios. Con relación al perfil del personal se ha determinado que éste si cuenta con una formación profesional, ya que es el primer hotel certificado con el Sello de Calidad Turística, otorgado por MINCETUR. La investigación fue de tipo cualitativo-cuantitativo, de nivel descriptivo, con un diseño de caso único transversal.

Finalmente los resultados obtenidos en la investigación mostraron que en términos generales, el hotel “Girasoles Hotel” cumple con el 98% de los estándares evaluados, lo que hace que la calidad que la empresa brinda a sus clientes sea buena y/o excelente, sin embargo existen leves situaciones por mejorar en la gestión sociocultural.

Esta tesis tiene relación con la presente investigación, particularmente, en la aplicación de los instrumentos de investigación planteados con la finalidad de evaluar la calidad que la empresa brinda a los clientes. También involucra a la Gerenta del hotel y su equipo de colaboradores para el desarrollo de una importante labor de capacitación, tras lo cual es un esfuerzo que tiene como objetivo insertar a los prestadores de servicios turísticos en procesos

que les permitan ser más competitivos, mejorar la gestión de sus negocios, para así satisfacer las expectativas de sus clientes y estar a la altura de las exigencias del mercado.

Cueva (2015), refiere en su investigación titulada: *Evaluación de la calidad percibida por los clientes del hotel los portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones en Piura – Perú*, el cual tuvo como objetivo introducir el modelo SERVQUAL como un útil instrumento para cuantificar la satisfacción del cliente, es decir, la diferencia entre el valor percibido del servicio y las expectativas que tiene el cliente antes de recibirlo.

La metodología de la investigación para llevar a cabo en el hotel descrito, primero se diseñó un cuestionario adecuado para este tipo de servicio, tomando como referencia el desarrollado por Parasuraman, y cuestionarios modelos encontrados en diversos estudios referentes al tema, siempre adecuándolo a las características particulares que presenta el hotel elegido.

Finalmente los resultados obtenidos a través de las gráficas se puede decir que entre las preguntas que más se relacionan con la calidad global en ésta investigación es la pregunta n° 18, relacionada a la rapidez con que funcionan los distintos servicios, y la pregunta n° 13, que se refiere al compromiso por cumplir algo que se ha prometido al huésped del hotel. Esto tiene gran relevancia para este estudio, dado que si recordamos la pregunta 18 era valorada con una percepción por debajo de las expectativas, por ende sería importante enfocar urgente esfuerzos por mejorarla, dado que afecta directamente a la calidad global.

Además, tener en cuenta que todos los ítems de confiabilidad están fuertemente relacionada con la calidad global. En esta misma línea, las aseveraciones relacionadas con el personal del hotel también presentan resultados que indican una fuerte correlación con la satisfacción global del hotel.

Por otro lado, las preguntas relacionadas a la seguridad no presentan correlación con la pregunta global, ninguna de ellas. Se podría afirmar entonces que la seguridad que sienten los clientes en el hotel no influye en la satisfacción global. Una buena explicación a esto es que los clientes ya dan por sentado que un hotel debe dar seguridad a sus clientes, y en este caso, que declararon sentirse muy seguros, no influyó en lo satisfechos que pudieran estar en general.

La tesis resulta beneficiosa para mi investigación porque su finalidad es que la calidad de servicios se convierta en un aspecto clave en la rentabilidad de las empresas, de ello depende en gran medida la satisfacción de los clientes y desprenda factores importantes como la frecuencia de compra, la fidelidad del cliente y la recomendación del servicio. Por ello, se busca que las empresas cada vez presten más atención a estos aspectos, y busquen continuamente mejorar la calidad de sus servicios para captar un mayor número de clientes y mantener a los existentes.

Maldonado (2015), refiere en su investigación titulada: *Características del proceso principal en el servicio turístico de hospedaje reconocidos por el SABP – CALTUR en Arequipa y su relación con los beneficios de la calidad - 2015*, el cual tuvo como objetivo implementar el Sistema de Aplicación de Buenas Practicas como fin que persigue CALTUR en identificar la importancia de la gestión administrativa en hoteles y hostales, que ademas compromete la actividad de sus colaboradores.

Las tecnicas de investigacion fueron obtenida a atraves de la observacion documental, orientada a la recopilación de información para un análisis esencial en la relación documento - conocimiento - aplicación del SABP y la observacion de campo, situada frente a particularidades del proceso que deben ser identificados y descritos objetivamente. Tambien



se aplicó un cuestionario considerandolo como una herramienta importante de preguntas cerradas y abiertas, cuya aplicación se efectuó al personal directivo del hotel (gerente o administrador).

La investigación tiene un carácter básico porque requiere verificar un conjunto de datos (indicadores y subindicadores) mediante el registro descriptivo de aspectos propios en cada establecimiento, que sean evidencia del cumplimiento de las Buenas Prácticas.

Los resultados según el estudio efectuado, es haberse programado las fases de autoevaluación, capacitación, aplicación de mejoras y un primer paso a la “Certificación” a 150 hospedajes. Sin embargo la realidad contradictoria se redujo; es que de once (11) establecimientos con la denominación y categorización de hoteles u hostales; se verificó que solo dos (2), empresas de las que han recibido la certificación SABP, han cumplido responsablemente en trabajar e incorporar positivamente los aspectos que mediante la aplicación de la “Ficha Técnica de Verificación” en campo, que los acredita a ser parte del CALTUR (Calidad Turística).

Se vincula a resaltar la opinión de los gestores y colaboradores del servicio de hospedajes, manifiesta que después de la capacitación se han logrado aspectos positivos como el haber mejorado la calidad del servicio y tener a un personal motivado, por los cuales debe ser permanentemente el asesoramiento y apoyo del organismo gubernamental (MINCETUR); que además plantea el deseo de capacitarse continuamente para conocer las innovaciones en el mercado hotelero.

Finalmente es posible explicar que la intencionalidad del organismo oficial de gobierno (MINCETUR), ha conseguido motivar que las Medianas y Pequeñas Empresas dedicadas al

servicio de hospedaje, han iniciado lo que representan el proceso del SABP – CALTUR, para la ciudad de Arequipa donde en el corto tiempo se están desarrollando eventos que necesitan ser atendidos con el mejor servicio y que por ello puedan retornar al destino turístico.

Esta tesis resulta beneficiosa para mi investigación porque su finalidad es brindar la calidad total en los servicios turísticos, otorgando a las empresas los Manuales de Buenas Prácticas, que serán considerados como apoyo y deben ser aplicados en el curso de las actividades que desempeñe una empresa turística; de esta manera se desarrollarán las buenas prácticas empresariales.

### **Antecedentes internacionales**

Ventura (2008), refiere en su investigación titulada: *Propuesta de mejora en la calidad del servicio para el departamento de recepción en un hotel de gran turismo en Mexico, D.F.*, el cual tuvo como objetivo identificar los problemas mas frecuentes en un departamento de recepción de un establecimiento de hospedaje, para elaborar una propuesta que coadyuve a mejorar sus calidad de servicio y la percepcion que el cliente tiene de esta.

Las características de la investigación desarrollada en la presente tesis es aplicada y consiste en un estudio de caso, ya que se observa y analiza una unidad específica de un universo, como es el de los negocios de hospedaje. Por su nivel la investigación, fue en un primer momento exploratoria, al buscar la identificación de las causas que generaron la problemática del objeto de estudio; después descriptiva al dar cuenta de los diversos aspectos involucrados en el tema investigado, posteriormente explicativa al determinar las razones por la que se da el problema estudiado y por último, prospectiva al presentar una propuesta de mejora de la calidad del servicio del departamento de recepción.

La investigación fue de tipo no experimental, porque se registraron los fenómenos a partir de la observación directa y la recolección por medio de instrumentos; y el método de la investigación es cualitativa; ya que utilizó para su desarrollo categorías de análisis del nivel de satisfacción del cliente.

La información presentada fue obtenida a través de la investigación documental, delimitación del objeto de estudio, delimitación de la población, diagnóstico, recolección de datos, procesamiento estadístico de datos, análisis e interpretación de resultados y propuesta de mejora.

Finalmente entre los resultados mas destacados se encontró que la sensibilidad con la que es tratado el huésped es el aspecto mas relevante que tiene que ser atendido para mejorar la calidad del servicio de este departamento, seguido de la necesidad de mejorar los procesos operativos del departamento para que sean mas fiables ante la opinión del huésped; tambien se tiene la necesidad de fortalecer las habilidades profesionales del personal; las condiciones del espacio y estética de recepción y por último una mayor empatía de los empleados hacia los huéspedes. Por tal motivo el estudio aportó propuestas de mejora para que el personal de recepción tenga un mejor desempeño en la atención.

Esta tesis tiene relación con la presente investigación, particularmente, en que se detectó en primer lugar las deficiencias que se presentan; en este caso el departamento de recepción. Luego se determinó la percepción del huésped sobre la calidad del servicio proporcionado por el departamento y las quejas que de éste se recibe. Y por último se diseña una propuesta de mejora para ser más eficiente en la atención a los huéspedes en el área específica.

Prado & Rivera (2015), a través de su investigación denominado: *Evaluación de la calidad en el servicio al cliente en los Hoteles de turismo de montaña de Tapalpa, Jalisco*, Ciudad Guzmán, Jalisco, tiene como objetivo principal evaluar la calidad en los servicios del cliente en hoteles de montaña de Tapalpa, Jalisco, para conocer las áreas de mejora en el servicio brindado, el estudio es exploratorio, se centra en la medición de expectativas y percepciones utilizando la escala SERVQUAL diseñada por Parasuraman, Zeithaml y Berry.

La información presentada fue obtenida a través de la aplicación de la técnica SERVQUAL a siete hoteles que autorizaron realizar el estudio de 11 que existen en Tapalpa, representan el 63 por ciento de ellos. El número de encuestas aplicadas fue al 100% de empleados del hotel (oferta), así como también a un cierto número de huéspedes (demanda). Fue en los meses de más afluencia de vacacionistas (noviembre y diciembre 2010, abril y julio 2011). El lugar de investigación fue Tapalpa, Jalisco. El número de encuestas aplicadas fue al 100% de empleados del hotel (oferta), así como también a 265 huéspedes (demanda).

El tipo de estudio es Exploratorio, se centra en la medición de expectativas y percepciones tanto de los usuarios como en los responsables del alojamiento.

Finalmente entre los resultados mas destacados se detecta la existencia de problemas con el servicio o a una demanda cada vez más exigente. No todos los ítems tienen la misma importancia para los huéspedes, el más bajo evaluado es el de la dimensión de empatía, que hace referencia a las relaciones humanas, aspectos tales como el trato cordial, la capacidad de respuesta de los empleados, la eficacia del servicio o la atención personalizada, como no se percibe este servicio pueda implicar una percepción deficiente de la calidad del producto y su insatisfacción.

Esta tesis tiene relación con la presente investigación, particularmente, en la aplicación de una herramienta de tipo metodológica que permita a los administradores y propietarios de alojamientos medir la calidad de los servicios en forma integral.

Palacios (2014), refiere en su investigación titulada: *Evaluación de la calidad de servicio percibida en los establecimientos hoteleros de Quibdó –Bogotá, Colombia*, el cual tuvo como objetivo lograr el cumplimiento de los objetivos propuestos orientados a determinar el concepto de calidad percibida del servicio a través de la aplicación del modelo SERVPERF y conocer la percepción de calidad del servicio ofrecido, por los principales establecimientos hoteleros en Quibdó. La información presentada fue obtenida a través de la aplicación del Modelo SERVPERF a los huéspedes, se contó con el permiso de los propietarios de estas empresas de alojamiento en la ciudad de Quibdó.

Esta investigación es de tipo empírico analítico, donde se parte de la problematización del servicio que prestan los hoteles en la ciudad de Quibdó, y se plantea una evaluación empírica en dicho contexto.

Por consiguiente a través de los resultados obtenidos en la investigación mostraron que la Seguridad, es la dimensión que tiene mayor Medición de la calidad de servicio en los establecimientos hoteleros de Quibdó, con un porcentaje del 59% de calidad percibida del servicio como buena. Los resultados de las cuatro (4) dimensiones restantes, nos muestra que los usuarios no están percibiendo como buen servicio de los hoteles objeto de estudio las dimensiones Empatía con un 39%, Tangibilidad 34%, Capacidad de Respuesta 34% y Confiabilidad con un 29%. Los resultados de estos atributos, relevantes para los clientes de estos hoteles, en Quibdó, están develando que en cuanto a infraestructura física, por ejemplo

se tienen que hacer significativas inversiones o rediseñar la capacidad instalada de hoy, para que el huésped pueda tener una mejor percepción de estos aspectos.

Finalmente se propone desarrollar estrategias de gestión de recursos humanos para capacitar a los empleados para que sean más expertos en su trabajo, tengan excelentes habilidades de comunicación, de cortesía, amables y competentes para satisfacer las necesidades de los clientes y analizar el proceso de gestión de la calidad en hotelería, que se centre en las percepciones de los directivos que protagonizan esta gestión.

Esta tesis tiene relación con la presente investigación, particularmente, en la aplicación de los instrumentos de investigación planteados con la finalidad de evaluar la calidad que la empresa brinda a los clientes. También involucra a la Gerenta del hotel y su equipo de colaboradores para el desarrollo de una importante labor de capacitación, tras lo cual es un esfuerzo que tiene como objetivo insertar a los prestadores de servicios turísticos en procesos que les permitan ser más competitivos, mejorar la gestión de sus negocios, para así satisfacer las expectativas de sus clientes y estar a la altura de las exigencias del mercado.

### **2.1.3 Marco conceptual**

La presente investigación estará fundamentada en los conceptos de Estructura Organizacional y Calidad de Servicio que va en relación a sus 5 dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía; para constituir un plan de mejora organizacional estratégico. A continuación se mencionó las definiciones que ayudara a optimizar los procesos para alcanzar las metas fijadas.

Finalmente, se utilizarán los conceptos de comunicación organizacional, estandarización de los procesos, inducción de personal, capacitación, clima organizacional, cultura organizacional y recursos humanos los cuales servirán para la creación de la propuesta en la fase final de la investigación.

### **Estructura Organizacional**

La estructura organizacional es establecer un sistema de papeles que han de desarrollar los miembros de una entidad para trabajar juntos de forma óptima y que se alcancen las metas fijadas en la empresa.

Chiavenato (2006) afirma: “la estructura organizacional es el conjunto de elementos relativamente estables que se relacionan en el tiempo y en el espacio para formar una totalidad”.

Muñoz (1999) sostiene: “La estructura organizacional es el conjunto de sus elementos y de las relaciones entre ellos”.

Strategor (1988), define estructura organizacional como: “El conjunto de las funciones y de las relaciones que determinan formalmente las funciones que cada unidad deber cumplir y el modo de comunicación entre cada unidad”.

Mintzberg (1984) sostiene: “La Estructura organizacional es el conjunto de todas las formas en que se divide el trabajo en tareas distintas y la posterior coordinación de las mismas.

Robbins (2005) afirma que la estructura organizacional es la distribución formal de los empleos dentro de una organización, proceso que involucra decisiones sobre especialización del trabajo, departamentalización, cadena de mando, amplitud de control, centralización y formalización.

Johnson y Scholes (1997) sostiene que la estructura organizacional es un esqueleto, ya que definen la forma general y facilitan o constriñen ciertas actividades.

Kast y Rosenzweig, define estructura organizacional como:

El patrón establecido de relaciones entre los componentes o partes de la organización. Sin embargo, la estructura de un sistema social no es visible de la misma manera que en un sistema biológico o mecánico. No puede ser vista pero se infiere de las operaciones reales y el comportamiento de la organización.

Hodge (2003) afirma:

La estructura organizacional y diseño organizacional se ven como sinónimos. Normalmente la estructura organizacional es “representada por un organigrama formal que muestra las relaciones de autoridad, los canales formales de autoridad, los grupos formales de trabajo, los departamentos o divisiones y las líneas formales de responsabilidad” (...) además, describe las relaciones internas, la división de mano de obra y el medio de coordinar la actividad dentro de la organización (p. 34 y 18).



Mintzberg: (1984) afirma:

La estructura organizacional es un conjunto de todas las formas en que se divide el trabajo en tareas distintas y la posterior coordinación de las mismas. Se entiende que esta estructura se encuentra sustentado en una clara definición de los deberes, derechos y actividad de cada persona., de acuerdo a los propósitos de la empresa.

Strategor (1988) sostiene:

La estructura organizacional es el conjunto de las funciones y de las relaciones que determinan formalmente las funciones que cada unidad deber cumplir y el modo de comunicación entre cada unidad.

Para la investigación, la estructura organizacional, será base fundamental para establecer subdivisiones que se establecen desde el punto de vista de dirección y organización, basados en la especialización y en la división del trabajo.

### **Calidad de servicio**

#### **Calidad**

El concepto de calidad ha evolucionado a través de la historia hasta hoy en día. Algunas definiciones de las mismas son:

Deming (1989) afirma:

La calidad es un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado”. El autor indica que el principal objetivo de la empresa debe ser permanecer en el mercado, proteger la inversión, ganar dividendos y asegurar los empleos. Para alcanzar este objetivo el camino a seguir es la calidad. La manera

de conseguir una mayor calidad es mejorando el producto y la adecuación del servicio a las especificaciones para reducir la variabilidad en el diseño de los procesos productivos (p.4).

La calidad implica a tal grado la permanencia de la empresa u organización en el mundo competitivo, es por este motivo que no existe asunto más importante en los negocios de hoy que la calidad, porque depende de nuestra capacidad y destreza para ofrecer los bienes y servicios.

Crosby (1988) sostiene:

Calidad es la conformidad con las especificaciones o cumplimiento de los requisitos y entiende que la principal motivación de la empresa es el alcanzar la cifra de cero defectos. Su lema es "Hacerlo bien a la primera vez y conseguir cero defectos (p.5).

Definitivamente cuando se habla de la satisfacción de deseos se hace referencia a la calidad de servicio, porque constituye una estrategia esencial para el éxito y para la supervivencia de la empresa en el actual entorno competitivo.

Juran (1993) afirma:

La adecuación del diseño del producto o servicio (calidad de diseño) y la medición del grado en que el producto es conforme con dicho diseño (calidad de fabricación o conformidad). La calidad de diseño se refiere a las características que potencialmente debe tener un producto para satisfacer las necesidades de los clientes y la calidad de conformidad apunta a cómo el producto final adopta las especificaciones diseñadas (parr.5).

De acuerdo a lo expresado por el autor refiere a que un producto o servicio debe cumplir con las características correctas para poder satisfacer las expectativas del cliente y así poder logra como resultado a un cliente satisfecho.

Drucker (1990) sostiene: “La calidad no es lo que se pone dentro de un servicio, es lo que el cliente obtiene de él y por lo que está dispuesto a pagar” (p. 41).

Considerando que el cliente está dispuesto a reembolsar más dinero si tiene a cambio un mejor servicio y una atención más personalizada.

Ishikawa (1986), afirma: “La calidad es desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, el útil y siempre satisfactorio para el consumidor” (p.4).

Se considera que la calidad es uno de los medios alternativos con los cuales cuenta una organización para alcanzar una ventaja competitiva y posicionarse a sí misma en forma más efectiva en el mercado.

ISO (9000:2000) sostiene: “La calidad es el grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos (parr.8).

Es imprescindible definir que se comprende por calidad, porque a lo largo de la historia el término calidad ha sufrido numerosos cambios y en la actualidad se han propuesto innumerables definiciones, unas más abarcadoras que otras. Toda la definición mencionada referente a la calidad nos ayudará a comprender de dónde proviene la necesidad de ofrecer un mejor producto o servicio que se proporciona al cliente, y entender cómo poco a poco se ha ido involucrando toda la organización en la consecución de este fin.

## Servicio

En este estudio se enfoca al servicio al huésped, por lo que es necesario conocer el significado de la palabra servicio. A continuación mencionare autores con sus respectivas definiciones:

Sandhusen (1916) sostiene: El servicio son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo.

Bateman & Bitner (2000) sostiene: “Servicio al cliente es velocidad y confiabilidad con la que una organización puede proveer lo que piden los clientes”.

Bateman & Bitner (2000) sostiene: “Servicio al cliente es velocidad y confiabilidad con la que una organización puede proveer lo que piden los clientes”.

Zeithaml & Bitner (2002) afirma: “El servicio son términos simples son acciones, procesos y ejecuciones.

Stanton, Etzel y Walker (2004) afirma: “Las actividades identificables e intangibles son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades” [1] (en esta propuesta, cabe señalar que según los mencionados autores esta definición excluye a los servicios complementarios que apoyan la venta de bienes u otros servicios, pero sin que esto signifique subestimar su importancia).

Según el Diccionario Ilustrado Sopena (1980), define servicio como la acción de servir. Merito que se hace sirviendo al estado o a otra entidad o persona. Organización

y personal destinados a cuidar interés o satisfacer necesidades del público o alguna entidad.

Grönroos (2001) un servicio es: Una actividad o serie de actividades de naturaleza más o menos intangible que normalmente, pero no necesariamente, tiene lugar a través de interacciones entre el cliente y los empleados de la empresa de servicios, que intentan resolver los problemas del consumidor.

García (2001), define servicio como:

Un servicio puro es intangible, heterogéneo, caduco (no almacenable) y su producción es inseparable de su consumo. Mientras que un bien de consumo puro es tangible, acumulable y estandarizable.

Según American Marketing Association (A.M.A.), define los servicios como:

Son "productos, tales como un préstamo de banco o la seguridad de un domicilio, que son intangibles o por lo menos substancialmente. Si son totalmente intangibles, se intercambian directamente del productor al usuario, no pueden ser transportados o almacenados, y son casi inmediatamente perecederos. Los productos de servicio son a menudo difíciles de identificar, porque vienen en existencia en el mismo tiempo que se compran y que se consumen. Abarcan los elementos intangibles que son inseparabilidad; que implican generalmente la participación del cliente en una cierta manera importante; no pueden ser vendidos en el sentido de la transferencia de la propiedad; y no tienen ningún título. Hoy, sin embargo, la mayoría de los productos son en parte tangibles y en parte intangibles, y la forma dominante se utiliza para clasificarlos como mercancías o servicios (todos son productos). Estas formas

comunes, híbridas, pueden o no tener las cualidades dadas para los servicios totalmente intangibles".

Con estas definiciones se puede resumir que servicio es una acción o proceso que busca satisfacer necesidades, sin ser un elemento tangible o de lo cual se puede tener propiedad.

### **Calidad de servicio**

Grönroos (1984) afirma: "La calidad de los servicios debe ser contemplada desde la óptica de los clientes indicando que "es el resultado de un proceso de evaluación, donde el consumidor compara sus expectativas con la percepción del servicio que ha recibido". El autor pone el énfasis en el cliente, indicando que la calidad de servicio es un concepto que gira alrededor de la figura del cliente.

Parasuraman et al (1993) definen el concepto de calidad de servicio a partir de los hallazgos aportados por las sesiones de grupo que hicieron en su investigación. Afirman que "todos los grupos entrevistados apoyaron decididamente la noción de que el factor clave para lograr un alto nivel de calidad en el servicio es igualar o sobrepasar las expectativas que el cliente tiene respecto al servicio".

A partir de los conceptos mencionados podemos definir la calidad de servicio como un concepto subjetivo, que depende de las opiniones de los clientes, y que resulta de una percepción del cliente sobre la prestación del servicio comparado con unas impresiones previas al consumo.

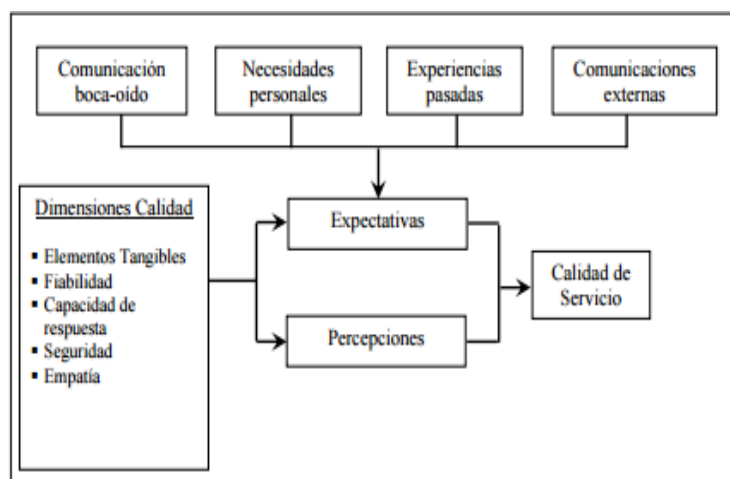
## Las 5 Dimensiones de la Calidad en el Servicio

Las cinco dimensiones del servicio dirigen el viaje hacia la calidad de servicio.

Según Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), define las las cinco dimensiones del servicio calidad de la siguiente manera:

Crearon una escala para calificar a las empresas de servicios de acuerdo a cinco dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, y es a partir de esa investigación que se propusieron un modelo de la calidad en el servicio (p. 28).

El modelo SERVQUAL detalla una escala de respuestas multiple, que consta de dos partes: La primera dedicada a las expectativas, donde se preguntan 22 afirmaciones que tratan de identificar la expectativas generales de los clientes sobre un servicio concreto. La segunda dedicada a las percepciones, formada por las mismas 22 afirmaciones anteriores donde la unica diferencia es que no hacen referencia a un servicio especifico sino a lo que reciben de una empresa concreta que pertenece a dicho servicio.



*Figura 6.* Modelo SERVQUAL. Fuente: Parasuraman, Zeithaml y Berry, Calidad Total de la Gestion de Servicios: como lograr el Equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores, (1993).

Es importante señalar que tener una ventaja competitiva sobre nuestros competidores, significa el punto de partida para poder alcanzar esa distinción con respecto a otras empresas que operan en nuestro mismo sector, y es aquí la importancia de modelo SERVQUAL, que tiene como objetivo mejorar la calidad a empresas u organizaciones involucradas al servicio. Zeithalm, Parasuraman y Berry (1993), a través de sus extensos estudios sobre la calidad en el servicio, han identificado cinco dimensiones que los clientes utilizan para juzgar a una compañía de servicios. Estas dimensiones son:

Elementos tangibles: Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

Fiabilidad: Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa

Capacidad de respuesta: Disposición para ayudar a los clientes, y para proveerlos de un servicio rápido.

Seguridad: Inexistencia de peligros, riesgos o dudas.

Empatía: Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

### **Clima Organizacional**

El Clima se refiere básicamente a las características del medio ambiente en el mundo laboral y repercute en el comportamiento de los colaboradores en su área de trabajo.

Según Hall (1996), define el clima organizacional de la siguiente manera:

Es un conjunto de propiedades del ambiente laboral, percibidas directamente o indirectamente por los empleados que se supone son una fuerza que influye en la conducta del empleado.



Según Brow y Moberg (1990), define el clima organizacional de la siguiente manera: Manifiestan que el clima se refiere a una serie de características del medio ambiente interno organizacional tal y como lo perciben los miembros de esta.

Según Dessler (1993), define el clima organizacional como:

Plantea que no hay un consenso en cuanto al significado del término, las definiciones giran alrededor de factores organizacionales puramente objetivos como estructura, políticas y reglas, hasta atributos percibidos tan subjetivos como la cordialidad y el apoyo.

De acuerdo a los autores mencionados puedo concluir que un clima organizacional positivo propicia una mejor productividad y como consecuencia obtendremos el aumento del compromiso y de lealtad hacia la empresa por parte de los colaboradores.

### **Cultura Organizacional**

Es uno de los pilares fundamentales que ayuda a aquellas organizaciones que quieren hacerse competitivas.

Chiavenato (2005) afirma:

“La cultura organizacional son normas informales no escritas que guían el comportamiento y acciones diarios de los miembros de una organización para alcanzar los objetivos organizacionales.”

Ésta definición está ligado a los terminos de cultura, es decir, la cultura organizacional implica las normas, hábitos y valores que de una forma u otra son compartidos por las personas y/o grupos que conforman una institución ó empresa.

Serna (1997) sostiene:

Es el resultado de un proceso en el cual los miembros de la organización interactúan en la toma de decisiones para la solución de problemas inspirados en principios, valores, creencias, reglas y procedimientos que comparten y que poco a poco se han incorporado a la empresa. (p. 106).

Dentro de una empresa es de vital importancia la cultura organizacional, porque nos permitirá poder detectar problemas y encontrar una solución lo antes posible; nos ayudará a formar grupos de trabajo con aptitudes similares con el fin de ofrecer un rendimiento mucho más productivo.

Según Granell (1997), define la cultura organizacional como:

“Aquello que comparten todos o casi todos los integrantes de un grupo social, llamada interacción compleja de los grupos sociales de una empresa, y está determinado por: valores, creencia, actitudes y conductas” (p.2).

Según Pérez (2003), define la cultura organizacional de la siguiente manera:

La cultura organizacional es la manera tradicional de pensar y cumplir tareas compartidas por todos los miembros de la empresa. En el entorno empresarial se requiere de una cultura organizacional orientada al servicio. Una cultura se detecta con el compromiso de cada trabajador con la práctica del servicio, en sus actitudes,

tomas de decisiones, en su forma de ser, forma de pensar y sobre todo en el valor que otorga al servicio que ofrece (p.2).

Basado en éstas tres últimas definiciones brindadas por los respectivos autores podremos obtener una buena definición que nos permitirá integrar y pulir al personal para que vaya adquiriendo los objetivos que verdaderamente persigue la empresa.

### **Comunicación Organizacional**

Quintana (1995) afirma:

“La comunicación organizacional es un flujo de mensajes dentro de una red de relaciones interdependientes. Este flujo de mensajes es una actividad constante (ingreso y salida de información, intercambio de mensajes) este intercambio lleva mensajes vitales para la empresa y el cliente” (p. 38).

Esta premisa nos muestra que los diversos mensajes existentes en una organización, formal o los sub grupos informales de la empresa, siguen un conjunto de pasos para llegar a una idea, considerando que en todo momento debe estar presente la asertividad.

Según Andrade (2005), define “la comunicación organizacional de la siguiente manera: Se expresa en tres formas de comprenderla, como proceso social, disciplina y conjunto de técnicas y actividades” (p. 15).

Martinez y Nosnik (1988), afirma: “La comunicación es un proceso por medio del cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje, y espera que esta última de una respuesta, sea una opinión, actitud o conducta” (p.16).

Se interpreta de estas premisas que el estudio de la comunicación, como disciplina, ya ingresa a un campo secuencial técnico para establecer cual es el proceso que sigue una persona para lograr transmitir mensajes dentro y fuera de la organización.

### **Inducción de personal**

Es el procedimiento por el cual se presenta la empresa a los nuevos empleados para ayudarles a integrarse al medio de trabajo y tener un comienzo productivo.

Mercado (2004) en su libro Administración aplicada define al proceso de inducción como: Proceso dinámico consistente en impartir programas de orientación a los nuevos elementos de la organización, al personal antiguo cuando éste es promovido de un puesto a otro, así como cuando se introducen nuevos métodos de trabajo, con el objeto de elevar la productividad, la eficiencia, la calidad de sus relaciones con su nuevo trabajo y su desarrollo personal (p. 429).

Isabel (2013) sostiene:

La inducción al personal es un proceso que se efectúa antes de iniciar el trabajo para el cual ha sido contratado, evitando así los tiempos y costos que se pierden tratando de averiguar por sí mismos, en qué empresa ha entrado a trabajar, qué objetivos tiene, quién es quien, a quién recurrir para solucionar un problema, cuáles son las actitudes no toleradas, funciones y entre otros.

Mûnch (2011) afirma:

Inducción al personal es el conjunto de actividades que se realizan con objeto de guiar, orientar e integrar a los empleados en el ambiente de trabajo y en el puesto. Con este

programa se informa al trabajador recién ingresado acerca de quiénes somos como empresa, qué hacemos, cómo lo hacemos y para qué lo hacemos. Todo esto dentro de la estructura formal de la empresa. Además de estos aspectos, en el programa de inducción se le explican al trabajador, las normas, políticas y reglamentos existentes en la empresa.

En este sentido se define como un tipo de adiestramiento para aquella persona que se adecua al puesto que se va a desempeñar, y en términos más amplios a la organización en general, mediante información sobre las políticas, reglamentos y beneficios que adquieren como trabajador ante la organización.

### **Capacitación**

La clave para la sobrevivencia y desarrollo de las empresas es la capacitación, porque cada vez más se requiere de personal que amplíe sus conocimientos en los aspectos relacionados con sus actividades diarias.

Chiavenato (2013) sostiene:

Capacitación es un proceso educativo a corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, mediante el cual las personas aprenden conocimientos, actitudes y habilidades, en función de objetivos definidos. El entrenamiento implica la transmisión de conocimientos específicos relativos al trabajo, actitudes frente a aspectos de la organización, de la tarea y del ambiente, y desarrollo de habilidades. Cualquier tarea, ya sea compleja o sencilla, implica necesariamente estos tres aspectos.

Refiere el autor que la capacitación es una enseñanza que se le brinda al personal para que se pueda desempeñar correctamente en el campo asignado.

Blaque (1999), define capacitación como un proceso intermedio que, en la forma más o menos directa, apunta a lograr a quienes trabajan con la excelencia que el sistema requiere; es un servicio interno de la organización que se cumplirá bajo cualquier forma cada vez que alguien deba conocer una tarea, desarrollar una habilidad o asumir una actitud.

De acuerdo al autor la capacitación está sujeta para aquellas personas que su desempeño laboral sea óptimo y sin defectos.

Se entiende que la capacitación es de vital importancia, porque ayudará a potenciar habilidades, destrezas, actitudes y conocimientos técnicos de los colaboradores; de esta manera ponerlos en práctica en los establecimientos donde laboran.

Werther & Davis (1991) define:

Capacitación es una actividad que se enseña a los empleados la forma de desempeñar su puesto actual.

Es importante resaltar que el propósito general es preparar, desarrollar e integrar a los recursos humanos a través de conocimientos y desarrollo de habilidades para el mejor desempeño de todos los trabajadores; así poder adaptarlos a las exigencias cambiantes del mundo laboral competitivo.

## **Estandarización de procesos**

La estandarización es la uniformidad que debe tener un sistema para obtener productos estándares basados en lo que una empresa busca lograr como resultado.

Martínez & Cegarra (2014) sostiene:

La estandarización o normalización es el proceso de elaborar, emplear y optimizar las reglas que se aplican a distintas actividades tanto de carácter científico, como industrial o económico con la finalidad de concretarlas y mejorarlas (...) facilita las comunicaciones sobre cómo opera el negocio, permite transmisiones en los límites de los procesos y posibilita indicadores para comparar el desempeño, fomenta el aprendizaje cruzado y facilita un profundo conocimiento de la empresa (pp. 221-222).

Rodríguez (2006) afirma:

Los beneficios de contar con la estandarización de procesos son por las razones de representar facilidad, flexibilidad y seguridad de realizar una correcta actividad, logrando perdurar el conocimiento y enmarcar el aprendizaje a través de la experiencia; esto incluye que se formulen indicadores de medición para su evaluación del desempeño y resultado; para posterior analizar la causa y efecto del resultado durante todo el proceso, los cuales pueden ser mejorados de forma continua, estableciendo metas y objetivos que deben ser rendidos en el tiempo establecido. Por otro lado, para lograr ello, este proceso de estandarización genera que exista un programa de entrenamiento constante para reducir los márgenes de error o variación del resultado.

De acuerdo a los autores mencionados una organización no es una máquina sino un organismo que es direccionado por personas que poseen múltiples habilidades y destrezas. La organización inteligente persigue metas en un contexto que cambia constantemente por factores externos e internos en el cual se desarrolla individuo.

### **Plan de mejora Organizacional**

Nos ayuda a describir muy bien lo que es la esencia de la calidad y refleja lo que las empresas necesitan hacer si quieren ser competitivas a lo largo del tiempo.

Según Harrington (1993), para mejorar un proceso, significa: cambiarlo para hacerlo más efectivo, eficiente y adaptable, qué cambiar y cómo cambiar depende del enfoque específico del empresario y del proceso.

Según Kabboul (1994), define el Mejoramiento Continuo como una conversión en el mecanismo viable y accesible al que las empresas de los países en vías de desarrollo cierran la brecha tecnológica que mantienen con respecto al mundo desarrollado.

Según Abell (1994), explica como concepto de Mejoramiento Continuo una mera extensión histórica de uno de los principios de la gerencia científica, establecida por Frederick Taylor, que afirma que todo método de trabajo es susceptible de ser mejorado.

Según Sullivan (1994), sostiene: Mejoramiento Continuo, como un esfuerzo para aplicar mejoras en cada área de la organización a lo que se entrega a clientes.



Según Deming (1996), Según la óptica de este autor, la administración de la calidad total requiere de un proceso constante, que será llamado Mejoramiento Continuo, donde la perfección nunca se logra pero siempre se busca.

La importancia de esta técnica gerencial radica en que con su aplicación se puede contribuir a mejorar las debilidades y afianzar las fortalezas de la organización.

A través del mejoramiento continuo se logra ser más productivos y competitivos en el mercado al cual pertenece la organización, por otra parte las organizaciones deben analizar los procesos utilizados, de manera tal que si existe algún inconveniente pueda mejorarse o corregirse; como resultado de la aplicación de esta técnica puede ser que las organizaciones crezcan dentro del mercado y hasta llegar a ser líderes.

## **2.2 Metodología**

### **2.2.1 Sintagma**

Barrera (1995), define la holística como “un fenómeno psicológico y social, enraizado en las distintas disciplinas humanas y orientado hacia la búsqueda de una cosmovisión basada en preceptos comunes al género humano” (p. 11). La investigación holística trabaja los procesos que tienen que ver con la formulación de propuestas novedosas, con la indagación acerca del futuro, la aplicación práctica de soluciones, y la evaluación de proyectos, programas; de esta manera este sintagma da como resultado diversas propuestas que reduzcan la brecha de incertidumbre en relación a los objetivos del Hotel Perú Pacífico.

### **2.2.2 Enfoque**

La presente investigación el carácter holístico, requiere de diversas herramientas para lograr construir propuestas que se encuentren en la disponibilidad de la sociedad; en tal sentido, el enfoque de mayor certeza para este estudio es el mixto, es por ello que:

“Incluye un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación que implica la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias, producto de toda información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio”.(Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 534)

En otras palabras, el enfoque holístico nos proporciona criterios de una metodología integral y permite trabajar un proceso global, evolutivo, integrador y organizado.

### **2.2.3 Tipo**

La investigación es de tipo proyectiva ya que el objetivo fue diseñar propuestas que se encargarán de resolver problemas antes mencionados (Hurtado, 2010). Es por ello que esta investigación está relacionada directamente con la invención de propuestas y a su vez con los procesos de planificación. “La investigación proyectiva trasciende el campo del “cómo son” las cosas, para entrar en el “cómo podrían o deberían ser”, en términos de necesidades, preferencias o decisiones de ciertos grupos humanos” (Hurtado, 2010).

### 2.2.4 Diseño

Esta investigación es no experimental, puesto que no se manipuló ninguna de las variables para medir los efectos en los encuestados.

Para Hernández, Fernández, Baptista (2006), el diseño de la investigación es de tipo no experimental, ya que “no se manipulan ni se sometió a prueba las variables de estudio. Es decir, se trata investigación donde no hacemos variar intencionalmente la variable dependiente” (p. 84).

### 2.2.5 Categorías y subcategorías apriorísticas

Categorías				
Categoría I			Categoría II	
Estructura organizacional			Calidad de servicio	
Subcategorías apriorísticas				
Elementos tangibles	Fiabilidad	Capacidad de respuestas	Seguridad	Empatía
Clima Organizacional		Cultura organizacional		
Categorías emergentes				
Comunicación organizacional	Inducción y capacitación de personal	Estandarización de procesos y servicio	Plan de mejora organizacional	

Cuadro 2. *Categorías apriorísticas y emergentes.*

## 2.2.6 Unidad de análisis

### **Población**

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2006): define a la población como:

“Es cualquier conjunto de unidades o elementos claramente definido, en el espacio y el tiempo, donde los elementos pueden ser personas, granjas, hogares, manzanas, condados, escuelas, hospitales, empresas, y cualquier otro. Las poblaciones pueden ser finitas e infinitas” (p.51).

La investigación se realizará en el Hotel Perú Pacífico, Jesús María.

### **Muestra**

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2006): define a la muestra como:

Es un subconjunto representativo de la población a partir del cual se pretende realizar inferencias respecto a la población de donde procede. Los elementos seleccionados con cierta técnica reúnen ciertas características que la hacen ser representativa, significativa y confiable y que en base a ella se pueden hacer inferencias respecto a la población. La muestra puede ser probabilística y no probabilística (p.46).

La muestra escogida para la recolección de datos será de 40 huéspedes nacionales que acudan y hagan uso de los servicios del Hotel Perú Pacífico.

Tabla 1

*Muestra holística para la investigación.*

<b>Muestra cuantitativa</b>	<b>f</b>	<b>%</b>	<b>Muestra cualitativa</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Administrador	1	33.33	Huéspedes	40	100
Cuartelero de housekeeping	1	33.33			
Recepcionista	1	33.33			
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>	<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

### **2.2.7 Técnica e Instrumentos**

Para Hurtado (2000), tanto las técnicas como instrumentos de recolección de datos son medios por los cuales el investigador recaba información para alcanzar los objetivos de la investigación.

#### **Encuesta**

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2006), define a la encuesta como:

Es el instrumento más utilizado para recolectar datos. Consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir. La esencia de los cuestionarios son las preguntas que permiten alcanzar los objetivos de la investigación. Las respuestas a estas preguntas constituyen los datos estadísticos que serán utilizados para conocer las características de la población o muestra bajo estudio (p. 15).

## **Entrevista**

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2006), define a la entrevista como: “Un método de recolección de datos. Consiste en una serie de preguntas realizadas por el entrevistador, personalmente, a cada uno de los entrevistados” (p.29). Se elaboraron dos instrumentos por el investigador, primero una encuesta dirigida al huésped con 22 preguntas y una entrevista con 07 preguntas abiertas dirigida al administrador, el cuartelero de housekeeping y a la recepcionista.

## **Ficha técnica del cuestionario**

### **Instrumento 1:**

Nombre del instrumento:	Modelo SERVQUAL
Autor :	Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993)
Procedencia :	Universidad Norbert Wiener
Lugar de adaptación:	Hotel Perú Pacífico, Jesús María.
Autor de la adaptación:	Carmen Michell Barrientos Sanchez
Objetivo del instrumento:	Analizar la calidad de servicio interno en el Hotel Perú Pacífico.

### Validez del instrumento cuantitativo

Juicio de Expertos para el instrumento cuantitativo

Tabla 2

*Validez de expertos.*

<b>Nro.</b>	<b>Expertos</b>	<b>Criterio</b>
<b>1</b>	Sánchez Schmidt, Marco Antonio	Aplicable
<b>2</b>	De La Torre Tejada, Abel	Aplicable
<b>3</b>	Nolazco Labajos, Fernando Alexis	Aplicable

**Nota:** Ver las fichas de validez del instrumento (ver anexos).

### Confiabilidad del instrumento cuantitativo

Tabla 3

*Análisis de confiabilidad*

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N de elementos</b>
,775	22

N= 15

Para la confiabilidad se realizó la aplicación de un piloto en la empresa hotelera Perú Pacífico, utilizando la prueba de Alfa de Cronbach, obteniendo como resultado un nivel de muy alta confiabilidad (0,775).

## **2.2.8 Procedimientos para la recopilación de datos**

### **Datos Cuantitativos**

Se delimitó el tamaño de la muestra de interés de la población, conformado por 40 huéspedes nacionales.

Se investigó una serie de modelos de encuesta SERVQUAL (Colombiana).

Se realizó modificaciones en ciertos ítems y se determinó la forma de respuesta de los 22 enunciados del Modelo SERVQUAL original y se adaptó para aplicarlo en la propuesta.

Se aplicó la escala de Likert y se utilizó las siguientes alternativas: (1) En Completo desacuerdo, (2) En desacuerdo, (3) Indiferente, (4) De acuerdo y (5) Totalmente de acuerdo.

El cuestionario SERVQUAL se validó con 3 docentes especialistas de la carrera (Turismo y Hotelería), por consiguiente el instrumento fue evaluado y aceptado por los 3 expertos mencionados; dicha encuesta se aplicó en el Hotel Perú Pacífico en tres sesiones.

Se aplicó las 40 encuestas y se vació los resultados al programa Excel.

Se procesó los datos al SPSS en donde se realizó una serie de procedimientos estadísticos a través de gráficas y tablas, el cual se analizó los datos referentes a la calidad de servicio en el hotel.

### **Datos cualitativos**

Se recolectó la información a través de la observación en el momento de la visita al hotel

Se identificó y se formuló las preguntas e interrogante referente a la calidad de servicio que ofrece el hotel.

Se formuló preguntas abiertas de tal forma que los entrevistados se expresen con total libertad.



Se fijó la fecha específica para entrevistar a tres personas que laboran en el establecimiento (administrador, cuartelero de housekeeping, y recepción)

Se grabó a los entrevistados las repuestas que contestaban a las interrogantes.

Se tipeó a Word la información.

### **2.2.9 Método de análisis de datos**

#### **Reducción de datos**

Recojo de información bibliográfica y experiencias distintas.

Elaborar los instrumentos de recolección de datos: cuestionarios, guía de entrevista para obtener datos del objeto de investigación.

Solicitar la validación del instrumento por expertos.

Ejecución de campo; para ello se solicitará la aprobación del mismo y su debida autorización a las autoridades pertinentes.

Solicitar a las autoridades de la entidad para la aplicación de los instrumentos tales como: la entrevista, cuestionarios y revisión de los documentos.

#### **Análisis de datos**

Para la fase de análisis de datos se utilizará para el tratamiento de la información el programa estadístico de análisis cuantitativo el SPSS 22 y se obtendrán medidas de frecuencia. Así mismo, se utilizará el método de triangulación y categorización. Y para la aplicación de juicios de expertos de la investigación, se realiza a través panel de expertos.

**Análisis descriptivo**

Revisión crítica de los datos obtenidos, clasificándola de acuerdo a las categorías y sub categorías.

Análisis y sistematización descriptiva, de las conclusiones de acuerdo a la organización de las categorías y subcategorías.

**Triangulación**

Establecer conclusiones aproximativas, una segunda triangulación cuantitativo – cualitativo y finalmente una tercera triangulación que es la discusión.

### 2.2.10 Mapeamiento

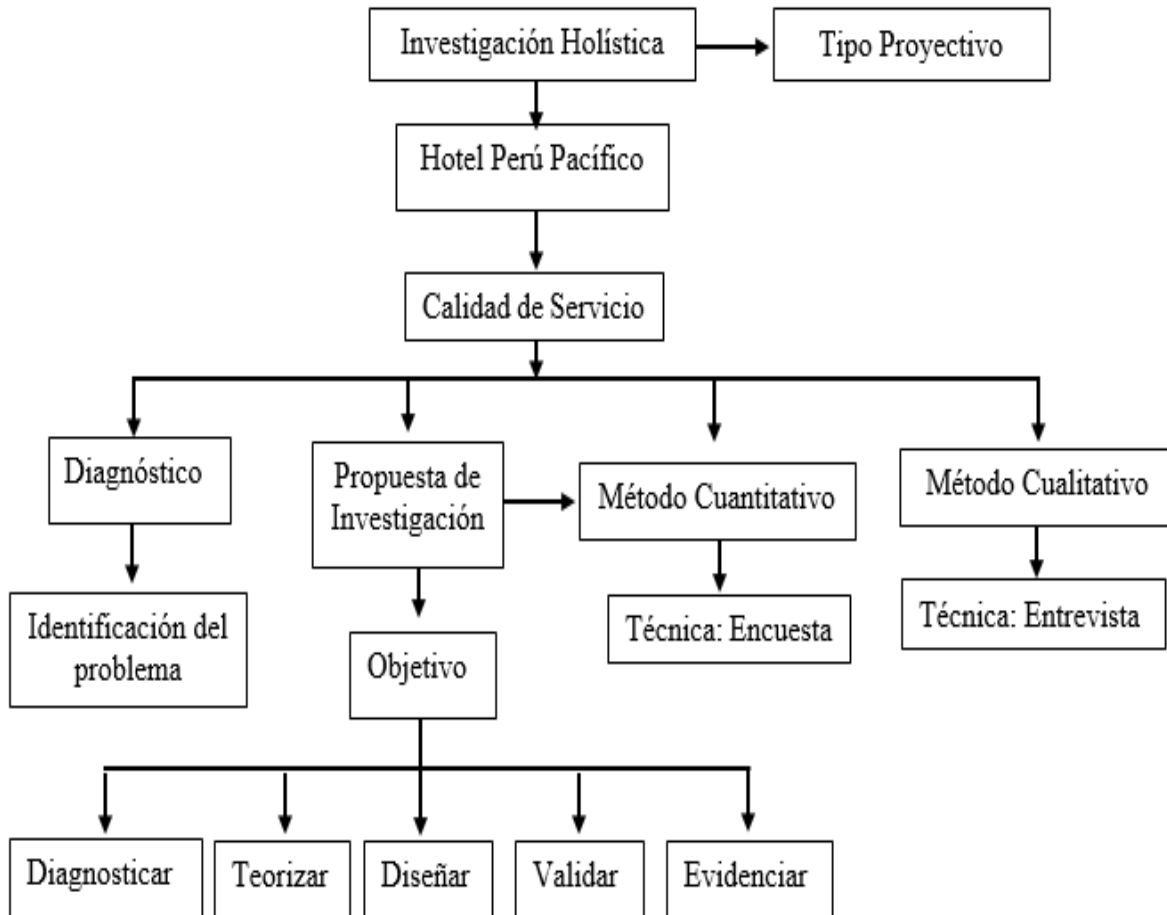


Figura 7. Mapeamiento de la investigación

## **CAPÍTULO III**

### **LA EMPRESA**

### **3.1 Descripción de la empresa**

El Hotel Perú Pacífico inicio sus actividades en el rubro hotelero el 11 de diciembre del 2001, pertenece a la Asociación Mutualista de Sub Oficiales de la Policía Nacional del Perú o simplemente “AMPSOES-PNP”, opera como una Asociación Civil sin Fines de Lucro, como persona jurídica de derecho privado, que otorga Beneficios Mutuales y Servicios a sus asociados; realizando para ello Actos Asociativos Internos de Mutua Cooperación.

Perú Pacífico es un hotel corporativo y familiar categorizado con dos (2) estrellas, ocupa un edificio de 9 plantas y se encuentra ubicado en el tradicional distrito de Jesús María, zona residencial y comercial por excelencia en la Av. Cuba N° 127 altura de la cuadra 9 de la Av. Arenales, a una cuadra del Colegio de Contadores y a dos cuadras de Panamericana TV.

#### **Misión:**

Por ser una empresa de servicio es misión del Hotel Perú Pacifico satisfacer la demanda de nuestros huéspedes ya que somos un hotel de familia y tenemos las fortalezas de un hotel grande.

**Visión:** Implementación de tecnología, capacitación sobre el ahorro de energía y agua, buscar el aumento de la capacitación de nuestros grupos y paquetes completos de satisfacción de nuestros clientes.

<b>TARIFARIO DE HABITACIONES</b>	
<b>HOTEL PERÚ PACÍFICO</b>	
Habitación Simple	S/. 87
Habitación Doble	S/. 99
Habitación Triple	S/. 132
Habitación Matrimonial	S/. 95
Habitación Ejecutiva	S/. 140
Habitación Suite	S/. 150
Cama adicional	S/. 40

Cuadro 3. *Tarifario de habitaciones del Hotel Perú Pacífico*. Fuente: (Propia, 2017).

**Servicios:**

- Cuenta con 73 habitaciones: Simples, dobles, triples, matrimoniales, suite totalmente alfombradas y decoradas.
- Lobby moderno en cada piso y staff calificado.
- Restaurante menús diarios y platos a la carta.
- Servicio de taxi (recojo y traslados).
- Salón de conferencias (aforo: 100 personas).
- Lavandería propia
- Seguridad las 24 horas.

**Estructura Organizativa**

A continuación se presenta el Organigrama Estructural – Inversiones AMPSOES del Hotel Perú Pacífico:

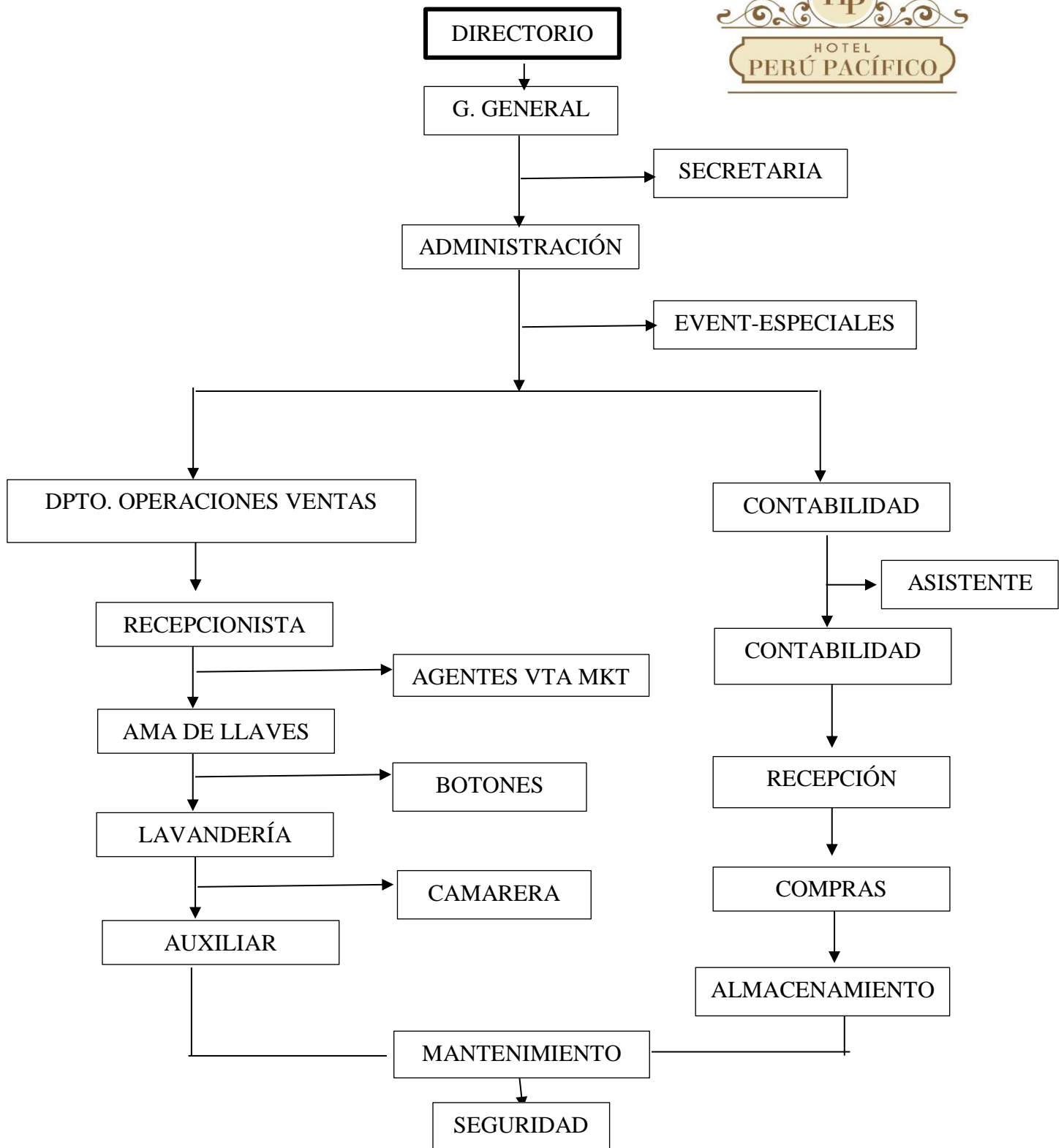


Figura 8. Organigrama Estructural – Inversiones AMPSOES del Hotel Perú Pacífico

### **3.2 Marco legal de la empresa**

Es necesario contar con una normatividad que defina claramente las reglas del juego.

Es por ello que se cuenta con un Reglamento de Establecimientos de Hospedaje para saber cuáles son los beneficios o retos que se enfrentará en el futuro el rubro de hospedaje. Este Reglamento busca estimular aún más el sector hotelero para contribuir en el crecimiento económico y desarrollo del país.

### **3.3 Actividad económica de la empresa**

Hotel Perú Pacífico es una empresa que comprende la disposición de habitaciones y otros servicios complementarios, por ejemplo: lavandería, servicios de taxi, salón de eventos y restaurante que satisfacen la estadía de las personas alojadas.

### **3.4 Información tributaria de la empresa**

RUC: 205034056293425

Razón Social: INVERSIONES AMPSOES S.A.

Nombre Comercial: Hotel Perú Pacífico

Tipo de empresa: Sociedad Anónima

Fecha de inicio de actividades: 11/Diciembre/2001

Rubro: Hospedajes

Categoría: 2 Estrellas

Dirección Legal: Av. Cuba Nro. 127 (entre Arenales y Cuba)

Distrito / Ciudad: Jesús María

Departamento: Lima, Perú



### **3.5 Información económica y financiera de la empresa**

El Hotel Perú Pacífico es una empresa que brinda servicio básico de hostelería con categoría dos estrellas, comprende la disposición de habitaciones, comidas, bebidas y otros servicios complementarios (lavandería, servicio de taxi y salón de conferencia) que satisfacen la estadía de las personas alojadas.

En el aspecto financiero en el caso específico del Hotel Perú Pacífico no existe una cifra exacta en cuanto a los ingresos monetarios y/o huéspedes (anuales o mensuales), debido a que por factores externos no se puede descifrar con exactitud.

### **3.6 Proyectos actuales**

Tener playa estacionamiento propia, pintado general al establecimiento y repotenciar el salón de eventos.

### **3.7 Perspectiva empresarial**

Implementación de tecnología, capacitación sobre el ahorro de energía y agua, buscar el aumento de la capacitación de nuestros grupos y paquetes completos de satisfacción de nuestros clientes.

**CAPÍTULO IV**  
**TRABAJO DE CAMPO**

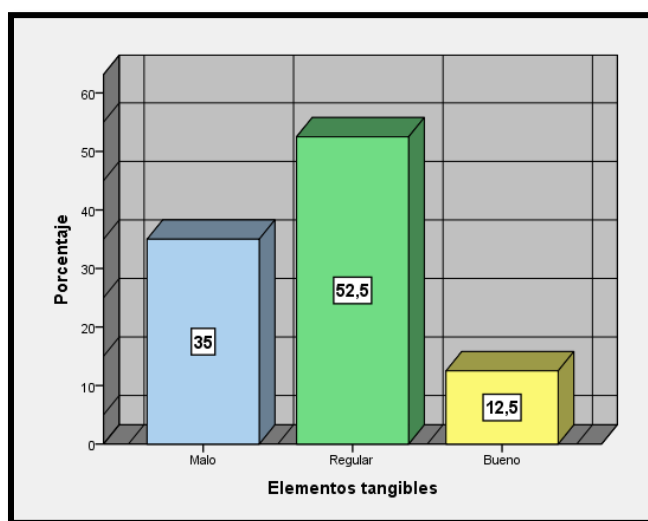
## 4.1 Diagnóstico cuantitativo

### Análisis descriptivo

Tabla 4

*Niveles de calidad de servicio de la sub categoría elementos tangibles.*

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Malo	14	35,0
Regular	21	52,5
Bueno	5	12,5
Total	40	100,0



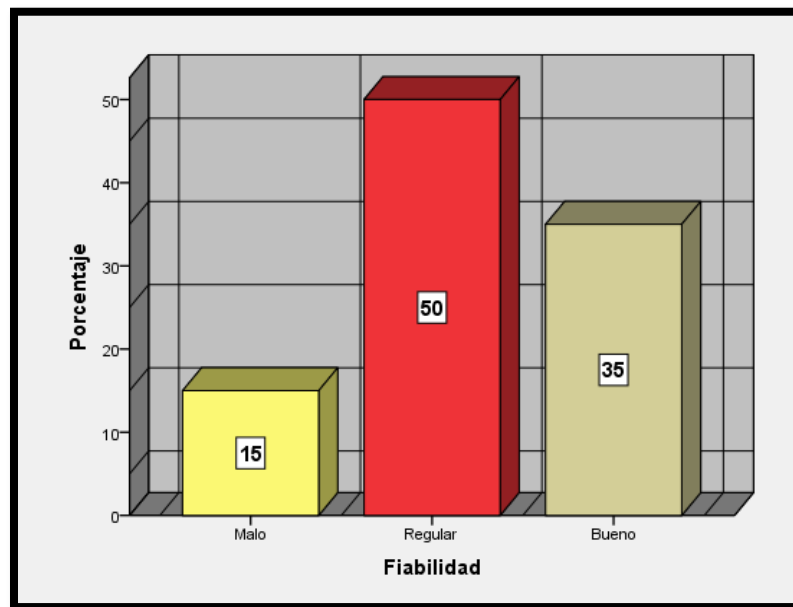
*Figura 9.* Gráfico de barras de los niveles de calidad de servicio de la sub categoría elementos tangibles.

La tabla 4 y la figura 9 indican los niveles de calidad de servicio de la sub categoría elementos tangibles. El nivel de calidad de servicio según la percepción del huésped referente a elementos tangibles en el hotel fue buena con un 12.5%, debido instalaciones permiten al huésped tener una experiencia cómoda y agradable, el 52.5% de los encuestados manifiestan un nivel regular y en un porcentaje menor de 35% percibe un nivel malo debido a que notaron ciertas deficiencias relacionadas a esta dimensión.

Tabla 5

*Niveles de calidad de servicio de la sub categoría fiabilidad.*

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Malo	6	15,0
Regular	20	50,0
Bueno	14	35,0
Total	40	100,0



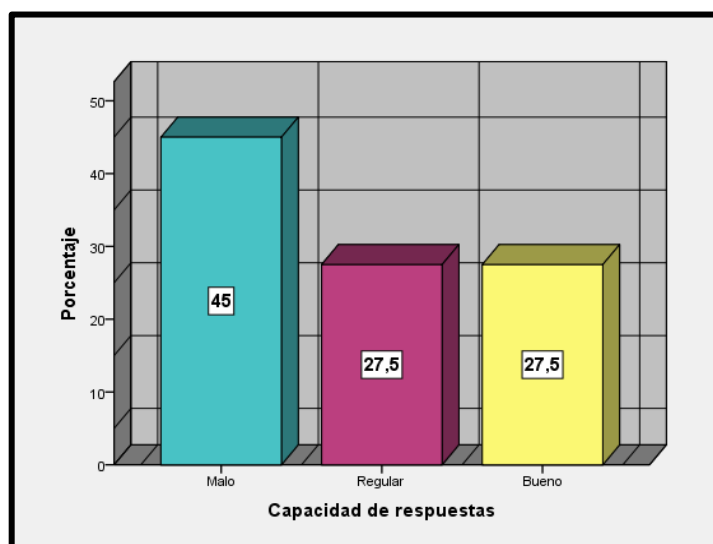
*Figura 10.* Gráfico de barras de los niveles de calidad de servicio de la sub categoría fiabilidad.

La tabla 5 y la figura 10 indican los niveles de calidad de servicio de la sub categoría fiabilidad. El nivel de calidad de servicio según la percepción del huésped referente a la fiabilidad en el hotel fue buena con un 35%, debido a la actitud atenta y personalizada de los empleados que crearon en los huéspedes un sentimiento de confort, el 50% de los encuestados manifiestan un nivel regular para ejecutar el servicio prometido y en un porcentaje menor de 15% percibe un nivel malo debido a que no notaron una atención inmediata.

Tabla 6

*Niveles de calidad de la sub categoría capacidad de respuestas.*

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Malo	18	45,0
Regular	11	27,5
Bueno	11	27,5
Total	40	100,0



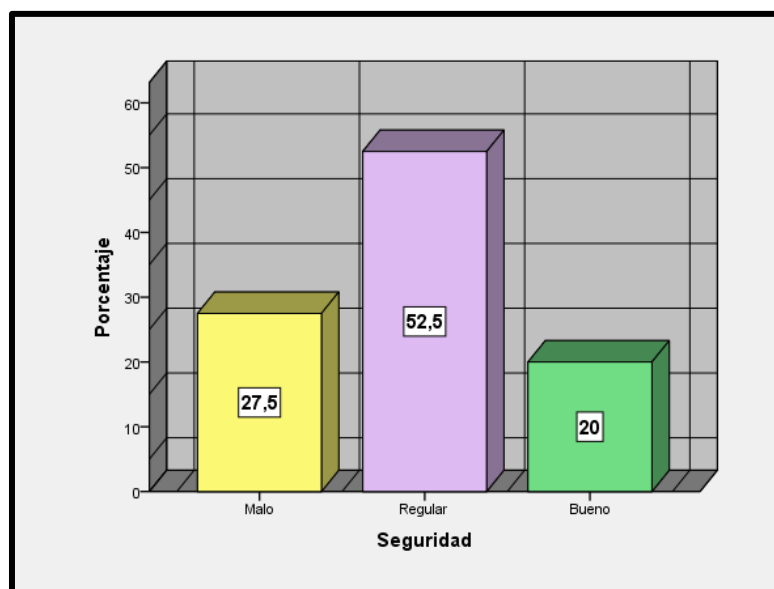
*Figura 11.* Gráfico de barras de los niveles de calidad de servicio de la sub categoría capacidad de respuestas.

La tabla 6 y la figura 11 indican los niveles de calidad de servicio de la sub categoría capacidad de respuestas. El nivel de calidad de servicio según la percepción del huésped referente a la capacidad de respuestas en el hotel fue buena con un 27.5%, debido a la prontitud y habilidad que tienen los empleados para resolver tanto situaciones que se presentan en el día a día, el 27.5% de los encuestados manifiestan un nivel regular para ejecutar el servicio prometido y en un porcentaje menor de 45% percibe un nivel malo debido a que no se les informó con precisión respecto al momento en que se lo proporcionarían.

Tabla 7

*Niveles de calidad de la sub categoría seguridad.*

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Malo	11	27,5
Regular	21	52,5
Bueno	8	20,0
Total	40	100,0



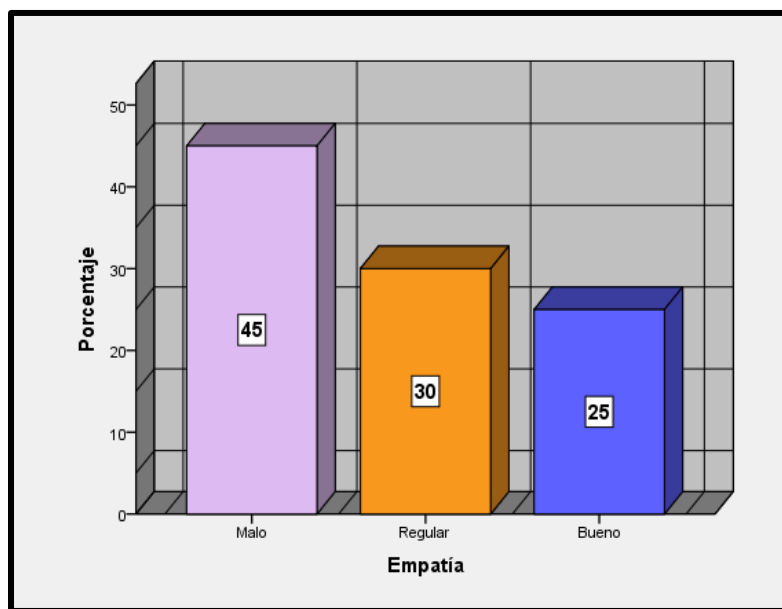
*Figura 12.* Gráfico de barras de los niveles de calidad de servicio de la sub categoría seguridad.

La tabla 7 y la figura 12 indican los niveles de calidad de servicio de la sub categoría seguridad. El nivel de calidad de servicio según la percepción del huésped referente a la seguridad en el hotel fue buena con un 20%, debido a aspectos que influyeron de forma positiva y generaron un sentimiento de seguridad, el 52.5% de los encuestados manifiestan un nivel regular y en un porcentaje menor de 27.5% percibe un nivel malo debido a que los huéspedes se sientan inseguros.

Tabla 8

*Niveles de calidad de servicio de la sub categoría empatía.*

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Malo	18	45,0
Regular	12	30,0
Bueno	10	25,0
Total	40	100,0



*Figura 13.* Gráfico de barras de los niveles de calidad de servicio de la sub categoría empatía.

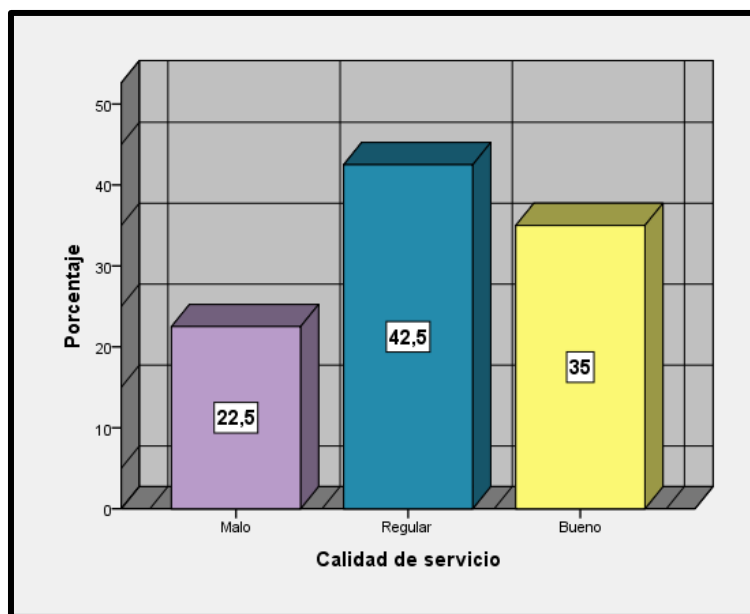
La tabla 8 y la figura 13 indican los niveles de calidad de servicio de la sub categoría empatía.

El nivel de calidad de servicio según la percepción del huésped referente a la empatía en el hotel fue buena con un 25%, debido a que los huéspedes del hotel percibieron una actitud amable y atenta por parte del personal, el 30% de los encuestados manifiestan un nivel regular y en un porcentaje menor de 45% percibe un nivel malo debido a que no se les informó con precisión respecto al momento en que se lo proporcionarían.

Tabla 9

*Niveles de calidad del servicio en el Hotel Perú Pacífico.*

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Malo	9	22,5
Regular	17	42,5
Bueno	14	35,0
Total	40	100,0



*Figura 14.* Gráfico de barras de los niveles de calidad del servicio en el Hotel Perú Pacífico.

La tabla 9 y la figura 14 indican los niveles de percepción de las 5 dimensiones. Se observa, que el 35% del total de encuestados indican un nivel bueno en la calidad de servicio, el 42.5% manifiesta un nivel regular y en un porcentaje menor de 70% percibe un nivel malo con respecto a la calidad de servicio que se les brinda en hotel.



## 4.2 Diagnóstico cualitativo

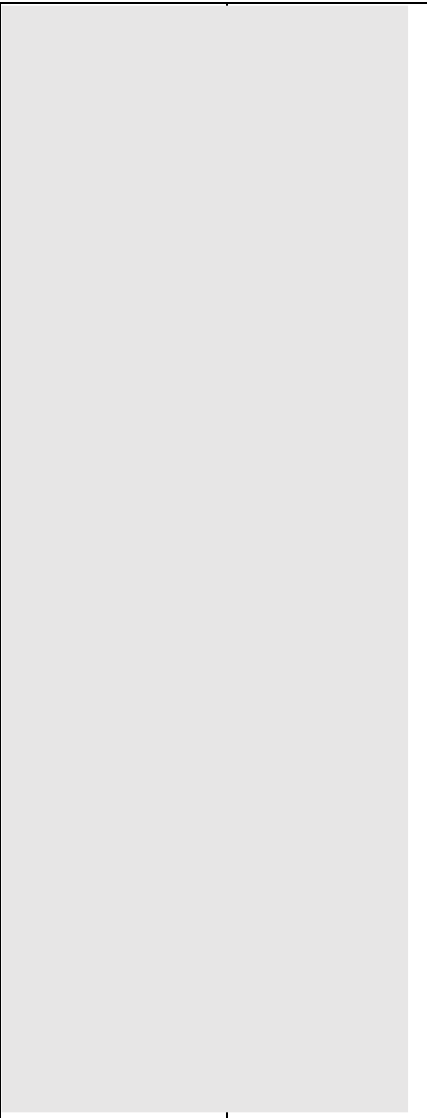
Preguntas de la entrevista	Entrevistados			Codificación	Categoría Emergente	Conclusiones aproximativas
	Sujeto 1	Sujeto 2	Sujeto 3			
	ADMINISTRADOR (Manuel Vera Romaní)	RECEPCIONISTA (Roxana Pérez)	CUARTELERO (Renzo Villarán)			
<p><b>¿Con qué frecuencia se remodela o se hacen programas de mantenimiento o en el establecimiento?</b></p>	<p>Se remodelan las <b>instalaciones</b> 2 veces al año, pero en temporada alta como es en el mes de julio y diciembre no se realiza mantenimiento debido a que las instalaciones están ocupadas. Con respecto a la limpieza de habitaciones se realiza diariamente y se <b>fumiga</b> el establecimiento cada 3 meses.</p>	<p>Las <b>instalaciones</b> del hotel se remodelan 1 ó 2 veces al año aproximadamente y de acuerdo al programa de mantenimiento se realizan <b>fumigaciones</b> cada 3 a 4 meses en el establecimiento.</p>	<p>Las remodelaciones de las <b>instalaciones</b> en el establecimiento son esporádicas ó cuando realmente se necesite mantenimiento, en caso sea necesario. No recuerdo que el hotel tenga un programa de mantenimiento.</p>	<p><b>C1:</b> instalaciones <b>C2:</b> fumigación</p>		<p>El establecimiento no cuenta con un programa de mantenimiento preventivo, solo se realiza mantenimientos correctivos cuando el establecimiento realmente lo requiere.</p>

<p><b>¿Cómo se da a conocer el hotel?, ¿Cuál ha sido la clave para atraer nuevos clientes? Y ¿Cuáles son sus herramientas de marketing con las que cuenta el hotel?</b></p>	<p>El hotel se da a conocer a través de las diferentes redes social y reservas (On line) a través de los buscadores Trivago.com, TripAdvisor.com y Booking.com. La clave considero que ha sido en empeñarnos a brindar una mejor calidad de servicio día a día, para lograr ser <b>recomendados</b>. Se realizan convenios y alianzas estratégicas con agencias de viajes, empresas públicas y privadas.</p>	<p>La publicidad del hotel es mediante folletos, tarjetas de contacto, redes sociales, convenios; considerándolas como estrategias de marketing. La clave del éxito es a través del boca a boca <b>(recomendaciones)</b>.</p>	<p>El hotel se promociona a través de las redes sociales, pero sobre todo se basa en la <b>recomendación</b> de los huéspedes que han tenido la grata experiencia de hacer uso de las instalaciones.</p>	<p><b>C3:</b> Recomendaciones</p>		<p>El hotel utiliza las diferentes redes sociales para promocionarse y considera la clave del éxito las recomendaciones positivas que hacen los huéspedes que han tenido una grata experiencia en haber adquirido los servicios del hotel.</p>
---	--	---	--	---------------------------------------	--	--

<p><b>¿Cuál es el perfil del cliente que comúnmente visita el hotel? ¿Cuántos clientes reciben en promedio de un día? Y ¿Es el ideal de clientes que aspira? Y ¿Cuál considera su competencia más fuerte y cercana? ¿Por qué?</b></p>	<p>Comúnmente nos visitan sub oficiales y especialistas de la PNP, deportistas, personas de negocio y grupos de estudio son parte de la demanda.</p> <p>No tengo un promedio exacto anual de clientes que acuden al hotel debido a factores que pueda atravesar el país. Considero que toda empresa siempre aspira a más y no hay un promedio de clientes con exactitud.</p> <p>Kingdom, Sumaq inn es un hotel que considero como una de las <b>competencias</b> más fuertes y cercanas, porque es de 3 estrellas.</p>		<p><b>C4:</b> Competencia</p>		<p>El hotel cuenta con una cartera de clientes ya establecida.</p> <p>Se comprende que por factores internos y/o externos no se pueda definir una demanda en cifras con exactitud.</p> <p>Una empresa del rubro cual sea siempre tiene aspiraciones a ser mejores y reconocidos en el día a día.</p> <p>El hotel tiene muy bien definida su competencia más cercana debido a que ellos ofrecen un plus en sus instalaciones y/o en el servicio.</p>
---	--	--	-----------------------------------	--	---

<p><b>¿Con cuánto personal cuenta el establecimiento? ¿Cuáles son los criterios que considera Ud. para el reclutamiento y selección del personal?</b></p>	<p>El establecimiento cuenta con 14 colaboradores (conformado por el un gerente general, un administrador, una secretaria, una contadora, tres recepcionistas, 3 personas de seguridad, 2 lavandería, 3 área de housekeeping. 1 compras y almacén. Y los criterios para reclutar personal. Considero que tenga estudios técnicos o universitarios en curso o estudios culminados y como mínimo 6 meses de experiencia en el rubro.</p>			<p>CS: Formación técnica y/o universitaria.</p>		<p>Considero que deberían asignar un jefe en el área de housekeeping y restaurante para que pueda haber una inspección permanente. De acuerdo a la estructura organizacional del hotel si no se implementa adecuadamente, puede traer desventajas en no poder definir claramente la función del personal. Debería de tener mayor rigurosidad en reclutar personal con conocimientos de idioma.</p>
---	--	--	--	---	--	--

<p><b>¿Con qué periodo se capacita el personal para el correcto cumplimiento de sus funciones? ¿Son suficientes para una satisfacción atención al huésped? ¿Por qué?</b></p>	<p>Se <b>capacita</b> al personal dos veces al año, pero deseo resaltar cuando es nuevo el personal se le hace una <b>inducción</b> de sus funciones que tiene que ejecutar. De acuerdo a ley son dos veces al año que se tiene que capacitar y considero que son suficientes porque los trabajadores para un correcto servicio.</p>	<p>Nos <b>capacitan</b> dos veces al año.</p>	<p>Nos <b>capacitan</b> dos veces al año.</p> <p>Opino que no son suficientes.</p> <p>El personal debe saber que se les motiva, capacita y orienta para el bienestar de su desempeño, en función al cumplimiento de los objetivos de la empresa.</p>	<p><b>C6:</b> Inducción.</p> <p><b>C7:</b> Capacitación</p> <p><b>C8:</b> comunicación</p>	<p>Inducción del personal</p> <p>Capacitación del personal</p> <p>Comunicación organizacional</p>	
--	--	---	--	--	---	--

<p><b>¿Cuál ha sido el problema más grave dentro del establecimiento y como se ha resuelto?</b></p>	<p>Se pretendió en más de una ocasión que se había desaparecido objetos de valor personal. Por ejemplo: laptop, documentos personales. El personal de housekeeping ingresó a las habitaciones para buscar lo extraviado y se dieron con la sorpresa de que el objeto y/o documentos se encontraban dentro de la habitación. Fueron mal entendidos porque se confía en la honradez del personal que está a cargo.</p>	<p>La pérdida de objetos de valor no es un problema que aqueja el hotel, debido a que han sido mal entendidos. Si se han presentado casos de pérdida de objetos, pero se solucionó en mismo momento porque el personal de turno ayudó al huésped en la búsqueda de lo extraviado.</p>	<p>Considero que algunos huéspedes no son ordenados dentro de sus habitaciones y eso implica confusión de sus objetos de valor. Se han presentado casos de pérdida momentáneas, pero fueron solucionadas satisfactoriamente sin llegar a problemas mayores.</p>		<p>Un problema dentro de un establecimiento ya sea por diferentes motivos implica que el cliente se lleve una mala imagen y es posible que ya no regrese nunca más.</p> <p>Los problemas que ha presentado el hotel no han sido llevados a mayores, porque fueron solucionados con prontitud.</p>
---	--	---	---	--	---

<p><b>¿Cuáles son los cambios, mejoras o estrategias que, en su opinión, debería incorporar el HPP?</b></p>	<p>El hotel tiene su propio estilo, pero si lo modernizamos perdería su estilo que lo distingue. Sí hay un proyecto a crecer pero eso depende de cómo vaya creciendo el mercado. Hacer un plan de acción actualmente, saber cuáles son los pros y contras de los competidores, de ahí hacer la estrategia, es la parte que se hace de estudio.</p>	<p>Uno de los cambios más resaltantes sería modernizar sus instalaciones, por ejemplo en el 9no piso donde se encuentra el salón de conferencias se debería implementar un servicio complementario como un bar y cerrar esa parte para no visualizar los alrededores no resulta agradables. Un plan de mejora en el hotel a mediano plazo sería fenomenal.</p>	<p>En el tema de cambios o mejoras deseo resaltar que las habitaciones deberían de modernizar los inmuebles, la fachada del hotel deberían de remodelarla. Creo conveniente que debería hacer un plan de acción de mejora urgente para lograr ser más competitivos.</p>	<p><b>C9:</b> Plan de acción de mejora</p> <p><b>C10:</b> Estandarización</p>	<p>Plan de mejora organizacional</p> <p>Estandarización de procesos y servicio</p>	<p>La empresa no está preparada para enfrentar cambios drásticos a corto plazo por factores económicos. De acuerdo a su proyecto a largo plazo considera modificaciones.</p>
---	--	--	---	---	--	--

### **4.3 Triangulación de datos: Diagnóstico final**

La gran mayoría de hoteles correspondientes a la categoría 2 estrellas en el Perú no cuentan con un Manual de calidad en el servicio interno, y en el caso específico del Hotel Perú Pacífico no tiene un manual de funciones. El presente diagnóstico obtenido mediante una encuesta y entrevista manifiesta resultados interesantes sobre el nivel de conocimiento de los trabajadores del Hotel Perú Pacífico, con respecto a la calidad del servicio ideal que se debe ofrecer.

Respecto a la dimensión elementos tangibles, los encuestados manifiestan un nivel regular con un 52.5% de un total de 100%, debido a que el establecimiento requiere de ciertas modificaciones en la infraestructura, puesto que las preguntas abiertas realizadas al administrador, la recepcionista y colaborador correspondiente al área de housekeeping, son totalmente conscientes que el hotel posee ciertas áreas que necesitan ser remodeladas debido a que posee una infraestructura antigua debido a sus años de construcción.

El nivel de calidad de servicio según la percepción del huésped referente a la fiabilidad la ha catalogado como un nivel regular para ejecutar el servicio prometido bajo un periodo de tiempo determinado que corresponde el 50% de los encuestados. Esta característica se subdivide a su vez en las siguientes sub características, que está comprendida en: madurez, disponibilidad, tolerancia a fallos y capacidad de recuperación que todo colaborador debe poseer.

En la encuesta se logró obtener información importante sobre algunas conductas que se deberían de practicar y conocer para así brindar un servicio eficiente para los huéspedes. La subcategoría capacidad de respuesta obtuvo como resultado un 45%,



catalogado como un nivel malo debido a que no se les informó con precisión respecto al momento en que se le proporcionaría el servicio. Por otro lado, en las entrevistas realizadas al administrador, manifiesta que hay que analizar si el personal está verdaderamente enfocado en satisfacer las necesidades de los clientes y brindarles un excelente servicio o solamente brindan una buena atención que se limita a lo básico, ser amables.

Por consiguiente, el nivel de calidad de servicio según la percepción del huésped referente a la seguridad manifiestan un nivel regular con un porcentaje de 52.5% de un total de 100% de los encuestados, debido a que los huéspedes se sientan seguros dentro del establecimiento de hospedaje frente a todo tipo de riesgos que pueda atravesar el hotel. Considerando que una empresa hotelera siempre debe preocuparse por conservar una imagen familiar y por brindar seguridad a todos sus empleados y huéspedes. Cuando un huésped elige determinado hotel, toma en cuenta diversos aspectos, sin embargo, entre los principales están la seguridad establecida ya que el hotel va a ser como una segunda casa para el huésped y buscara un lugar que tenga prestigio en esos aspectos. Esto amerita que esta categoría de acuerdo a los comentarios de los entrevistados que aluden en que el hotel posee las condiciones de una infraestructura segura y posee las medidas de seguridad ante cualquier siniestro.

Finalmente, según la percepción de la dimensión empatía del huésped fue con un 45% catalogado como nivel malo. De acuerdo a los comentarios de los entrevistados correspondiente a esta dimensión se necesita reforzar el personal respecto a sus cualidades y habilidades sociales que se puede desarrollar y potenciar, la cual está presente en todos, aunque no siempre en el mismo grado.

## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN “MANUAL DE CALIDAD DE SERVICIO INTERNO PARA ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE CORRESPONDIENTE A LA CATEGORÍA 2 ESTRELLAS”**

## **5.1 Fundamentos de la propuesta**

La propuesta denominada Manual de calidad de servicio interno para establecimientos de hospedaje correspondiente a la categoría 2 estrellas, específicamente describe el conjunto de acciones que se deben implementar para la mejora los servicios ofrecidos a los huéspedes, cuyo cumplimiento traerá un progreso continuo de la gestión de los procesos internos, generando un aumento en la satisfacción del cliente, ayudando a que este se convierta en un usuario frecuente; así logrando un posicionamiento en el mercado hotelero.

En vista que la industria hotelera ofrece servicios; es indispensable señalar y resaltar la importancia que tiene el talento humano en la ejecución de este manual.

Este manual resulta útil, flexible, real y preciso para el Hotel Perú Pacífico y para todos aquellos hoteles correspondientes a la categoría 2 estrellas, donde se establecerá acciones estandarizadas dentro del servicio ofrecido, que permita una relación de satisfacción con sus clientes en base al empleo de herramientas y criterios mínimos de calidad, con la intención de integrar un solo sistema, de no funcionar adecuadamente existe un riesgo de no cumplimiento con las metas; para tal fin, la aplicación de la propuesta concluye con la obtención de los resultados objetivos que cada colaborador tendrá a diario y que están sujetas a las metas del hotel. Por consiguiente el presente Manual está dirigido a gerentes, administradores, mandos medios y colaboradores que busquen alcanzar satisfacción de sus clientes.

El manual cubre la necesidad de contar con herramientas estandarizadas y sistematizadas para resumir las principales funciones del colaborador en tiempo real,

permitiendo tomar decisiones oportunas a través de herramientas estratégicas administrativas, como la planificación y planes de acción.

La propuesta de esta tesis se encuentra sustentada en la Teoría de la Escuela Norteamericana: Modelo Servqual, Escuela Nordica: Gonroos Rust y Oliver, Escuela Norteamérica: Modelo de los 3 Componentes de Rust y Oliver.

## **5.2 Objetivo general**

Desarrollar un Manual de Calidad de Servicio interno, orientado a empresas dedicadas al rubro de establecimientos de hospedaje específicamente a hoteles de categoría 2 estrellas.

### **Objetivos específicos**

Buscar que sea una herramienta práctica y efectiva para los hoteles de categoría 2 estrellas y lograr como resultado la satisfacción y beneficio para el huésped.

Contribuir en la mejora continua de los servicios que se brindan en los establecimientos de hospedaje de categoría 2 estrellas, mediante los procesos que el manual exige de acuerdo a los estándares y cánones hoteleros.

## **5.3 Problema**

El origen de tal situación es la falta de un Manual de Calidad de Servicio interno para el establecimiento, que permita orientar a los colaboradores a que formen una base de conocimientos sobre las funciones, procedimientos y herramientas útiles para su gestión diaria para su desempeño.

Finalmente, la causa de lo expuesto se da por la falta de coordinación, planes de trabajo, seguimiento y control de procesos. Además se generaría un descontrol y pérdida de tiempo en procesos innecesarios. Es por ello que este estudio se centra en proponer un manual de calidad de servicio interno, que lograría mantener un estándar que el huésped prefiera y que permita que este se retire del hotel con deseos de volver.

#### **5.4 Justificación**

La presente investigación busca presentar una propuesta de un Manual de Calidad de Servicio interno para establecimientos de hospedaje correspondiente a la categoría 2 estrellas basadas en prácticas de un servicio sostenible.

Esta investigación es valiosa ya que su información está dirigido a gerentes, administradores, mandos medios y colaboradores que busquen alcanzar satisfacción de sus huéspedes.

La investigación tiene justificación práctica ya que contribuye en reducir notablemente procesos innecesarios en el área de recepción, reservas, housekeeping, lavandería y salón de conferencias por consiguiente ayudará a agilizar los procesos internos de trabajo, ayudando a la organización a brindar un servicio ágil, adecuado y eficiente que satisfaga las necesidades del cliente y vaya más allá de sus expectativas.

#### **5.5 Resultados esperados**

La propuesta del Manual de calidad de servicio interno dará como resultado que los hoteles de dos estrellas y en el caso específico el Hotel Perú Pacífico cuente con estrategias sólidas para ejecutarlas en el área de recepción, reservaciones y housekeeping, teniendo la información idónea y necesaria para realizar las funciones y

procedimientos que debe seguir en sus actividades diarias, logrando también que el colaborador ingresante tenga direccionalidad en cada actuación procedimental basadas en los objetivos del hotel.

Asimismo, el manual será de gran utilidad para otorgar visibilidad en el desempeño de cada colaborador, logrando tener mayor organización y conocimiento de acción para lograr los objetivos de la empresa.

### 5.5 Plan de Actividades (detallado por cada objetivo de la propuesta)

Actividades	Tareas	Responsable	Cronograma
<p>Desarrollar un Manual de Calidad de Servicio, orientado a empresas dedicadas al rubro de establecimientos de hospedaje específicamente a hoteles de categoría 2 estrellas.</p>	<p>Recolección de información relevante que me ayude en la creación de mi propuesta.</p>	<p>Michell Barrientos Sanchez.</p>	<p>Tres semanas y media.</p>
	<p>Crear el nombre y diseño del manual.</p>		
	<p>La elaboración del manual comprendió una portada, índice y pautas o procedimientos a seguir, flujogramas para el correcto desempeño.</p>		
<p>Buscar que sea una herramienta práctica y efectiva para los hoteles de categoría 2 estrellas y lograr como resultado la satisfacción y beneficio para el huésped.</p>	<p>Análisis profundo de la raíz del problema y que amerite una corrección preventiva inmediata.</p>	<p>Gerente General o Administrador</p>	<p>Cinco semanas y media.</p>
	<p>Supervisión constante de los jefes inmediatos de cada área correspondiente.</p>		
<p>Contribuir en la mejora continua de los servicios que se brindan en los establecimientos de hospedaje de categoría 2 estrellas, mediante los procesos que el manual exige de acuerdo a los estándares y cánones hoteleros.</p>	<p>Búsqueda de procesos estratégicos innovadores para la ejecución óptima de las tareas.</p>	<p>Michell Barrientos Sanchez junto con el Gerente General o Administrador</p>	<p>Siete semanas</p>
	<p>Tomar en cuenta la opinión o experiencia a del huésped que adquirió el servicio en algún momento.</p>		

### **5.7 Evidencias (diseño de la maqueta, envases, embalajes, prototipo, etc.)**

El presente Manual de Calidad de Servicio interno, tiene como objetivo orientar a las empresas dedicadas al rubro de establecimientos de hospedaje específicamente a hoteles de categoría 2 estrellas, sobre cómo establecer acciones estandarizadas dentro del servicio ofrecido, que permita una relación de satisfacción con sus clientes en base al empleo de herramientas y criterios mínimos de calidad.

El presente manual está dividido en cinco capítulos: En el primer capítulo se expone la presentación, objetivos y aspectos generales. En el segundo capítulo se presenta el Reglamento de Establecimiento de hospedaje, técnicas de selección y capacitación de personal para atención al público, Herramientas para la contratación y retención de persona, Funciones del departamento de recepción, reservas y housekeeping. El tercer capítulo corresponde a mapa de procesos de un hotel, gerenciamiento, recepción, reservaciones, housekeeping y auditoría interna. El cuarto capítulo comprende al establecimiento de hospedaje como sistema, beneficios del sistema de calidad, definición de CALTUR, objetivo general, objetivos específicos, sistema de aplicación de SABP, SABP – Fases y SABP – Beneficios para la empresa. El quinto capítulo presenta las conclusiones y sugerencias, para finalizar los anexos y las referencias bibliográficas.



## 5.8 Presupuesto

<b>PROPUESTA: "MANUAL"</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>DÓLAR UNITARIO</b>	<b>SOLES UNITARIO</b>	<b>TOTAL DOLARES</b>	<b>TOTAL SOLES</b>
Diseñador	1	\$ 17.14	S/. 60.00	\$ 17.14	S/. 60.00
Gastos de Movilidad	3	\$ 8.57	S/. 30.00	\$ 8.57	S/. 30.00
Gastos de Impresión	2	\$ 11.43	S/. 40.00	\$ 11.43	S/. 40.00
Gastos de anillado	2	\$ 8.57	S/. 30.00	\$ 8.57	S/. 30.00
Pago de Internet	1	\$ 22.86	S/. 80.00	\$ 22.86	S/. 80.00
Gastos de servicio público	1	\$ 20.00	S/. 70.00	\$ 20.00	S/. 70.00
USB	1	\$ 5.71	S/. 20.00	\$ 5.71	S/. 20.00
Lapto	1	\$ 371.43	S/. 1,300.00	\$ 371.43	S/. 1,300.00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 465.71</b>	<b>S/. 1,630.00</b>

Cuadro 4. *Presupuesto de la propuesta* Fuente: (Propia, 2017).

## 5.9 Diagrama de Gantt/Pert CPM

Actividades	Meses															
	1				2				3				4			
	Semanas															
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Fase I</b>																
Recolección de información (Pág. Web, revistas, libros)	x	x														
Análisis de relevamiento de la información.	x	x														
Determinación de los procedimientos.(flujogramas y/o funciones)			x	x												
Redacción de información			x	x												
Tipear la información a Microsoft word			x	x												
<b>Fase II</b>																
Averiguación de diseñador(costos de la elaboración del manual)							x	x								
<b>Fase III</b>																
Inicio de la elaboración del diseño del Manual de calidad de servicio interno.											x	x				
Impresión y anillado del Manual															x	x
Finalización del Manual															x	x

Figura 15. Diagrama de Gantt de la propuesta

## 5.10 Flujo de caja en un plazo de cinco años considerando tres escenarios

### Escenario optimista

Tabla 10

*Flujo de caja en el escenario optimista*

<b>g (tasa de crecimiento) de ingresos</b>	12%
<b>Promedio de ingresos 2017-2018</b>	S/. 60,000.00
<b>g de gastos</b>	3%
<b>Comisión distribuidora</b>	5%
<b>COK</b>	10%

<b>Flujo de Caja</b>						
	<i>0</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
<b>INGRESOS</b>						
		S/. 84,000.00	S/. 94,080.00	S/. 105,369.60	S/. 118,013.95	S/. 132,175.63
Servicios de alojamiento		S/. 4,200.00	S/. 4,704.00	S/. 5,268.48	S/. 5,900.70	S/. 6,608.78
Otros ingresos		S/. 79,800.00	S/. 89,376.00	S/. 100,101.12	S/. 112,113.25	S/. 125,566.84
<b>GASTOS</b>						

Diseñador		S/. 960.00	S/. 960.00	S/. 960.00	S/. 960.00	S/. 960.00
Gastos de impresión		S/. 480.00	S/. 480.00	S/. 480.00	S/. 480.00	S/. 480.00
Gastos de anillado		S/. 360.00	S/. 360.00	S/. 360.00	S/. 360.00	S/. 360.00
Gastos de movilidad		S/. 360.00	S/. 360.00	S/. 360.00	S/. 360.00	S/. 360.00
Pago de internet		S/. 960.00	S/. 480.00	S/. 960.00	S/. 960.00	S/. 960.00
Gastos de servicio público		S/. 840.00	S/. 960.00	S/. 1,080.00	S/. 1,200.00	S/. 1,320.00
USB		S/. 240.00	S/. 240.00	S/. 240.00	S/. 1,200.00	S/. 240.00
Laptop		S/. 13,200.00	S/. 13,200.00	S/. 13,200.00	S/. 13,200.00	S/. 13,200.00
		S/. <b>17,400.00</b>	S/. <b>17,040.00</b>	S/. <b>17,640.00</b>	S/. <b>18,720.00</b>	S/. <b>17,880.00</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>S/. -7,610.00</b>	S/. <b>62,400.00</b>	S/. <b>72,336.00</b>	S/. <b>82,461.12</b>	S/. <b>93,393.25</b>	S/. <b>107,686.84</b>

La tabla 10 muestra un escenario optimista de alta rentabilidad posterior a la aplicación de la propuesta, que permitirá el desarrollo del Manual de calidad de servicio interno basado a los objetivos del Hotel Perú Pacífico.

## Escenario probable

Tabla 11

*Flujo de caja en el escenario probable*

<b>g (tasa de crecimiento) de ingresos</b>	12%
<b>Promedio de ingresos 2017-2018</b>	S/. 60,000.00
<b>g de gastos</b>	3%
<b>Comisión distribuidora</b>	5%
<b>COK</b>	10%

<b>Flujo de Caja</b>						
	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>INGRESOS</b>						
		S/. 84,000.00	S/. 94,080.00	S/. 105,369.60	S/. 118,013.95	S/. 132,175.63
Servicios de alojamiento		S/. 4,200.00	S/. 4,704.00	S/. 5,268.48	S/. 5,900.70	S/. 6,608.78
Otros ingresos		S/. 79,800.00	S/. 89,376.00	S/. 100,101.12	S/. 112,113.25	S/. 125,566.84
<b>GASTOS</b>						
Diseñador		S/. 960.00	S/. 960.00	S/. 960.00	S/. 960.00	S/. 960.00
Gatos de impresión		S/. 480.00	S/. 480.00	S/. 480.00	S/. 480.00	S/. 480.00

Gastos de anillado		S/ 360.00	S/ 360.00	S/ 360.00	S/ 360.00	S/ 360.00
Gastos de movilidad		S/ 360.00	S/ 360.00	S/ 360.00	S/ 360.00	S/ 360.00
Pago de internet		S/ 960.00	S/ 480.00	S/ 960.00	S/ 960.00	S/ 960.00
Gastos de servicio público		S/ 840.00	S/ 960.00	S/ 1,080.00	S/ 1,200.00	S/ 1,320.00
USB		S/ 240.00	S/ 240.00	S/ 240.00	S/ 1,200.00	S/ 240.00
Laptop		S/ 13,200.00	S/ 13,200.00	S/ 13,200.00	S/ 13,200.00	S/ 13,200.00
		S/ <b>17,400.00</b>	S/ <b>17,040.00</b>	S/ <b>17,640.00</b>	S/ <b>18,720.00</b>	S/ <b>17,880.00</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>S/. -7,610.00</b>	S/ <b>62,400.00</b>	S/ <b>72,336.00</b>	S/ <b>82,461.12</b>	S/ <b>93,393.25</b>	S/ <b>107,686.84</b>

La tabla 11 muestra un escenario probable con resultados alentadores para la aplicación de la propuesta, que permitirá el desarrollo del Manual de calidad de servicio interno basado a los objetivos del Hotel Perú Pacífico.

## Escenario pesimista

Tabla 12

*Flujo de caja en el escenario pesimista*

<b>g (tasa de crecimiento) de ingresos</b>	12%
<b>Promedio de ingresos 2017-2018</b>	S/. 60,000.00
<b>g de gastos</b>	3%
<b>Comisión distribuidora</b>	5%
<b>COK</b>	10%

<b>Flujo de Caja</b>						
	<i>0</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
<b>INGRESOS</b>						
		S/. 84,000.00	S/. 94,080.00	S/. 105,369.60	S/. 118,013.95	S/. 132,175.63
Servicios de alojamiento		S/. 4,200.00	S/. 4,704.00	S/. 5,268.48	S/. 5,900.70	S/. 6,608.78
Otros ingresos		S/. 79,800.00	S/. 89,376.00	S/. 100,101.12	S/. 112,113.25	S/. 125,566.84
<b>GASTOS</b>						
Diseñador		S/. 960.00	S/. 960.00	S/. 960.00	S/. 960.00	S/. 960.00
Gatos de impresión		S/. 480.00	S/. 480.00	S/. 480.00	S/. 480.00	S/. 480.00

Gastos de anillado		S/. 360.00	S/. 360.00	S/. 360.00	S/. 360.00	S/. 360.00
Gastos de movilidad		S/. 360.00	S/. 360.00	S/. 360.00	S/. 360.00	S/. 360.00
Pago de internet		S/. 960.00	S/. 480.00	S/. 960.00	S/. 960.00	S/. 960.00
Gastos de servicio público		S/. 840.00	S/. 960.00	S/. 1,080.00	S/. 1,200.00	S/. 1,320.00
USB		S/. 240.00	S/. 240.00	S/. 240.00	S/. 1,200.00	S/. 240.00
Laptop		S/. 13,200.00	S/. 13,200.00	S/. 13,200.00	S/. 13,200.00	S/. 13,200.00
		S/. <b>17,400.00</b>	S/. <b>17,040.00</b>	S/. <b>17,640.00</b>	S/. <b>18,720.00</b>	S/. <b>17,880.00</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>S/. -7,610.00</b>	S/. <b>62,400.00</b>	S/. <b>72,336.00</b>	S/. <b>82,461.12</b>	S/. <b>93,393.25</b>	S/. <b>107,686.84</b>

La tabla 12 muestra un escenario pesimista, pero mostrando rentabilidad para la aplicación de la propuesta, que permitirá el desarrollo del Manual de calidad de servicio interno basado a los objetivos del Hotel Perú Pacífico.



### 5.11 Viabilidad económica de la propuesta

Tabla 13

*Viabilidad económica de la propuesta según los tres escenarios del flujo de caja*

	Resumen de escenarios		
	Optimista	Probable	Pesimista
<b>Celdas cambiantes</b>			
g (tasa de crecimiento) de ingresos	12%	6%	4%
g (tasa de inflación) de gastos	3%	3.50%	4%
<b>Celdas de resultados</b>			
<b>VAN</b>	S/. 352,531.81	S/. 421,159.61	S/. 297,741.20

En la tabla 13 se muestra la viabilidad de la propuesta sustentada bajo el indicador Valor Actual Neto (VAN) resultando en los tres escenarios un alto índice de rentabilidad que permitirá el desarrollo del Manual de calidad de servicio interno y el mejoramiento del servicio ofrecido en el Hotel Perú Pacífico.

### 5.12 Validación de la propuesta

La validación de la propuesta fue realizada al finalizar el trabajo de investigación, este es, la última semana del mes de mayo por el docente de la universidad privada Norbert Wiener Sanchez Schmidt Marco Antonio y por el docente de la misma casa de estudio, MBA De La Torre Tejada Abel, quienes con su amplia experiencia profesional en el ámbito hotelero han dado conformidad y validez a la propuesta de un Manual de calidad de servicio interno correspondiente a la categoría dos estrellas.

## **CAPÍTULO VI**

### **DISCUSIÓN**

La presente tesis titulada Plan de mejora organizacional como factor determinante en la calidad de servicio en el Hotel Perú Pacífico Jesús María – 2017 ha logrado finalizar adecuadamente el proceso de investigación y propuesta de solución a los problemas que presentaba el establecimiento de hospedaje, porque no contaba con un Manual de Calidad de Servicio interno, específicamente en las áreas de recepción, reservaciones y housekeeping, lavandería y salón de conferencias lo cual limitaba el correcto desempeño de sus funciones, además de no contar con herramientas estratégicas estandarizadas de procedimientos o pautas a seguir, teniendo como resultado indicadores no proporcionales a los objetivos, además de quedar en un ambiente de incertidumbre por las gestiones que debería de realizar, sin embargo al detectar esta situación se recurrió durante todo el proceso de la investigación a una constante revisión de estructura organizacional y calidad de servicio que se relacionen a las categorías y la postura metodológica, decidiendo intervenir con el desarrollo de un Manual de Calidad de Servicio, orientado a empresas dedicadas al rubro de establecimientos de hospedaje específicamente a hoteles de categoría 2 estrellas.

119

En el proceso de investigación se evidenció que a través de la aplicación de las encuesta SERVQUAL, se obtuvo como resultado que el nivel de calidad de servicio según la percepción del huésped referente a elementos tangibles en el hotel fue buena con un porcentaje menor de 12.5%, debido a que las instalaciones permiten al huésped tener una experiencia cómoda y agradable, el 52.5% de los encuestados manifiestan un nivel regular y el 35% percibe un nivel malo debido a que notaron ciertas deficiencias relacionadas a esta dimensión. Esto amerita que esta categoría necesita ser reforzado de acuerdo a los comentarios de los entrevistados que aluden en que el hotel necesitaría remodelación en sus instalaciones los cuales se sustentan la Escuela Norteamericana - Modelo SERVQUAL que la apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y materiales

para comunicaciones deben de generar un impacto positivo desde la primera instancia, tal como lo sostiene Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993).

Asimismo, la importancia de trabajar y ofrecer un ambiente cómodo y agradable como lo enmarca la Teoría del Modelo de los Tres Componentes de Rust y Oliver, considera que el ambiente que rodea el servicio (environment), realmente cambia el centro de atención, pero, como ellos afirman, se está hablando de empresas de servicios o de productos, los tres elementos de la calidad del servicio siempre están presentes.

Por otro lado, el nivel de calidad de servicio según la percepción del huésped referente a la fiabilidad en el hotel fue buena con un 35%, debido a la actitud atenta y personalizada de los empleados crearon en los huéspedes un sentimiento de confort, el 50% de los encuestados manifiestan un nivel regular para ejecutar el servicio prometido y en un porcentaje menor de 15% percibe un nivel malo debido a que no notaron una atención inmediata. Se considera que esta categoría fue calificada como óptima de acuerdo a los comentarios de los entrevistados que consideran a esta dimensión como un elemento clave en la capacidad para brindar el servicio prometido, que debe de ser en forma precisa, digna de confianza y pueda generar en el cliente un espíritu de tranquilidad, tal como lo sostiene los aportes de la escuela nórdica o norteeuropea, según los autores: Grönroos (1984); Rust y Oliver (1994) y Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993).

120

De acuerdo al nivel de calidad de servicio según la percepción del huésped referente a la capacidad de respuesta en el hotel fue buena con un 27.5%, debido a la prontitud y habilidad que tienen los empleados para resolver tanto situaciones que se presentan en el día a día, el 27.5% de los encuestados manifiestan un nivel regular para ejecutar el servicio prometido y en un porcentaje menor de 45% percibe un nivel malo debido a que no se les informó con precisión respecto al momento que se lo

proporcionarían el servicio. Por consiguiente, esta categoría de acuerdo a los comentarios de los entrevistados que aluden en que el hotel cuenta con un personal apto que satisfaga sus preguntas y necesidades ante cualquier situación que se le pueda presentar al huésped los cuales se sustentan la Escuela Norteamericana - Modelo SERVQUAL que el colaborador debe contar con buena disposición para ayudar a los clientes a proporcionarles un servicio expedito, tal como lo sostiene Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993).

Por consiguiente, el nivel de calidad de servicio según la percepción del huésped referente a la seguridad en el hotel fue buena con un 20%, debido a aspectos que influyeron de forma positiva y generaron un sentimiento de seguridad, el 52.5% de los encuestados manifiestan un nivel regular y un 27.5% percibe un nivel malo debido a que los huéspedes se sientan inseguros dentro del establecimiento de hospedaje por diversos factores. Esto amerita que esta categoría de acuerdo a los comentarios de expertos entrevistados que aluden en que el hotel posee las condiciones de una infraestructura segura y posee las medidas de seguridad ante cualquier siniestro los cuales se sustentan en la Escuela Norteamericana - Modelo SERVQUAL, respecto al sentimiento de protección frente a todo tipo de riesgos, una empresa hotelera siempre debe preocuparse por conservar una imagen familiar y por brindar seguridad a todos sus empleados y huéspedes. Cuando un huésped elige determinado hotel, toma en cuenta diversos aspectos, sin embargo, entre los principales están la seguridad establecidas ya que el hotel va a ser como una segunda casa para él y buscara un lugar que tenga prestigio en esos aspectos, tal como lo sostiene Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993). 121

Finalmente, el nivel de calidad de servicio según la percepción del huésped referente a la empatía en el hotel fue catalogada buena con 25%, debido a que los huéspedes del hotel percibieron una actitud amable y atenta por parte del personal, el 30%

de los encuestados manifiestan un nivel regular y en un porcentaje mayor con 45% percibe un nivel malo, debido a que no se les informó con precisión respecto al momento en que se lo proporcionarían el servicio. De acuerdo a los comentarios de los entrevistados correspondiente a esta categoría se necesita reforzar el personal respecto a sus cualidades y habilidades sociales que se puede desarrollar y potenciar, la cual está presente en todos, aunque no siempre en el mismo grado, se sustentan la Escuela Norteamericana - Modelo SERVQUAL, referente a la empatía conceptualizándola como el cuidado y atención individualizada que la empre proporciona a sus clientes, tal como lo sostiene Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993).

## **CAPÍTULO VII**

### **CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS**

## 7.1 Conclusiones

- Primera:** En el presente estudio se aplicó el Modelo SERVQUAL propuesto por (Parasuraman, Zeithaml y Berry), con la finalidad de analizar el servicio ofrecido en el Hotel Perú Pacífico. A partir de la aplicación, se puede demostrar el grado de incidencia en el servicio que atraviesa el hotel.
- Segunda:** En relación a la implementación de un plan de mejora organizacional es una ventaja significativa el hecho que la empresa no cuenta previamente con un manual de calidad de servicio dirigida específicamente al área de recepción, housekeeping y reservación.
- Tercera:** A través de todo el proceso de la investigación realizada se ha teorizado las funciones y los procedimientos de actuación mediante las teorías de estructura organizacional y calidad de servicio que fundamentan los criterios necesarios para construir estrategias que permitan potenciar la actuación del colaborador con la finalidad de mejorar la calidad de servicio del hotel en términos generales.
- Cuarta:** La capacitación al personal directivo o colaboradores, conseguirá como resultado que la mayoría reconozca que se ha Mejorado la Calidad de Atención por el impacto positivo en el huésped y los cambios en el servicio. Esencialmente se destacaría el incremento de sus conocimientos



con los cuales se obtendría un desempeño responsable que los apoya a la superación laboral.

**Quinta:** Como conclusión final, es la importancia de gestionar la calidad en un hotel para conseguir clientes satisfechos y lograr ahorro en una gestión integral de la empresa para obtener óptimos resultados. La Gestión de la Calidad Total es costosa de poner en marcha pero una vez implantada en un hotel los costes se reducen a largo plazo.

## 7.2 Sugerencias

- Primera:** Al ser necesario implementar un Manual de Calidad de Servicio Interno, que nos facilite herramientas de soporte al colaborador y genere óptimos resultados, se sugiere aplicar la propuesta específicamente en el área de recepción, reserva y housekeeping; permitiendo potenciar el talento y sus habilidades de los colaboradores, contar con una estructura alineada a los objetivos del establecimiento de hospedaje y mejorar la calidad de servicio. La propuesta tiene como finalidad dar solución en primera instancia a las carencias que presentan las áreas mencionadas y que en un mediano plazo logre superar los objetivos gerenciales.
- Segunda:** Capacitar al colaborador en principios y valores humanos como parte fundamental de la escala formativa profesional, de modo que alcance la sensibilidad necesaria y cumpla con el rol que la empresa y el huésped requiere.
- Tercera:** Trabajar más en el aspecto de difusión del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas, dando a conocer a las empresas de servicios de hospedaje sobre los beneficios de esta herramienta.
- Cuarta:** Comprometer a las empresas de hospedaje que continúen ofreciendo formación constante a sus colaboradores.

**Quinta:** Dar continuidad a la investigación, ampliando las categorías investigadas como estructura organizacional y calidad de servicio, permitiendo complementar o desarrollar nuevos modelos de procedimientos estratégicos para otros puestos afines al objetivo del hotel.

## **CAPÍTULO VIII**

### **REFERENCIAS**

### Referencias bibliográficas

- Aráoz, M (2008). Plan Nacional de calidad turística del Perú-CALTUR.. Obtenido de <https://es.slideshare.net/yeseniasaraicasanova/manual-de-la-buenas-practicas-para-establecimientos-de-hospedaje>
- Attorneys. (2015). Ahora Perú. Recuperado el 7 de Marzo 2017. Disponible en: <http://www.ahora-peru.com/nosotros.html>
- Ávila, H. (2011). Universidad Nacional del Callao. Recuperado el 9 de Marzo 2017, Disponible en: [http://www.unac.edu.pe/documentos/organizacion/vri/cdcitra/Informes\\_Finales\\_Investigacion/Noviembre\\_2011/IF\\_HERNAN%20AVILA\\_FCA/CONTENIDO.pdf](http://www.unac.edu.pe/documentos/organizacion/vri/cdcitra/Informes_Finales_Investigacion/Noviembre_2011/IF_HERNAN%20AVILA_FCA/CONTENIDO.pdf)
- Castro, J. (2016). Perú: capacidad hotelera aumentó más de 30% en últimos cinco años (CUADROS) - Portal de Turismo - Noticias de Turismo, Hotelería, Aviación y Viajes del Perú y el Mundo. Portaldeturismo.pe. Recuperado el 30 Mayo 2017. Disponible en: <http://portaldeturismo.pe/index.php/otras-secciones/estadisticas/item/3970-peru-capacidad-hotelera-aumento-mas-de-30-en-ultimos-cinco-anos-cuadros>
- Chiavenato, I. (2014). Introducción a la teoría general de la administración. Recuperado el 14 Abril 2017. Disponible en: <https://naghelsy.files.wordpress.com/2016/02/introduccion-a-la-teoria-general-de-la-administracion-7ma-edicion-idalberto-chiavenato.pdf>
- COMTUR - Bienvenida. (1888). Cclturismo.org. Recuperado el 16 Abril 2017. Disponible en: [http://www.cclturismo.org/quienes\\_somos.php](http://www.cclturismo.org/quienes_somos.php)

- Cueva, V. (2015). Evaluación de la calidad percibida por los clientes del hotel los portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones en Piura – Perú. Recuperado el 16 Abril 2017. Disponible en: [https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2274/ING\\_552.pdf](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2274/ING_552.pdf)
- Duque, E. (2005). Revista Innovar Journal. Recuperado el 28 April 2017. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/818/81802505.pdf>
- Esquiaqui, G, y Escobar, W. (2012). Estructura organizacional y Estrategia empresarial. Recuperado el: 02 de abril del 2017. Disponible en: <http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/7083/2/EsquiaquiEsquiaquiGiovanni2012.pdf>
- Fernandez, P y Bajac, H. (1997). La gestión de Marketing de servicios. Recuperado el: 13 de abril del 2017. Disponible en: [https://books.google.com.pe/books?id=I6-SO2u0FEYC&pg=PA229&lpg=PA229&dq=Seg%C3%BAAn+Lovelock,+Christopher+\(1997\),&source=bl&ots=\\_D-k\\_h-9al&sig=fXHIP1k-ft5kimMF6TVjNpSnm4Y&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj4KiojdzWAhWKlJAKHRGBDPIQ6AEINTAD#v=onepage&q=Seg%C3%BAAn%20Lovelock%2C%20Christopher%20\(1997\)%2C&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=I6-SO2u0FEYC&pg=PA229&lpg=PA229&dq=Seg%C3%BAAn+Lovelock,+Christopher+(1997),&source=bl&ots=_D-k_h-9al&sig=fXHIP1k-ft5kimMF6TVjNpSnm4Y&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj4KiojdzWAhWKlJAKHRGBDPIQ6AEINTAD#v=onepage&q=Seg%C3%BAAn%20Lovelock%2C%20Christopher%20(1997)%2C&f=false)
- García, E y Grau, R. (2001). Estudio de la calidad de servicio como base fundamental para establecer la lealtad del cliente en establecimientos turísticos. Recuperado el : 10 de abril del 2017. Disponible en: [http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/78452/forum\\_2007\\_17.pdf?sequence=1](http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/78452/forum_2007_17.pdf?sequence=1)

Hendrix, G, y Garcia, F. (2015), Recuperado el 17 Marzo 2017. Disponible en:  
<http://studylib.es/doc/8710968/%E2%80%9Cevaluaci%C3%B3n-de-la-calidad-del-servicio-del-hotel-%E2%80%9Cgirasol...>

Hernandez, S. (2006). Metodología de la investigación. Recuperado el: 10 de mayo del 2017. Disponible en:  
[https://investigar1.files.wordpress.com/2010/05/1033525612-mtis\\_sampieri\\_unidad\\_1-1.pdf](https://investigar1.files.wordpress.com/2010/05/1033525612-mtis_sampieri_unidad_1-1.pdf)

Home - Cámara de Comercio de Lima. Camaralima.org.pe. Recuperado el 19 Marzo 2017. Disponible en: <http://www.camaralima.org.pe/principal>

Hurtado, J. (2000). *Metodología de la Investigación Holística*. Caracas: Sypal. Disponible en: <https://blog.reyqui.com/descargas-pdf/metodologia-de-la-investigacion-holistica-de-jacqueline-hurtado-de-barrera-pdf/>

INEI. (2014). Complejo Estadístico Peru. Disponible en:  
[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1173/cap20/cap20.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1173/cap20/cap20.pdf)

ISO 9001:2000. (2013). “Sistemas de Gestión de Calidad. Requisitos”. Recuperado el: 15 mayo del 2017. Disponible en: <http://iso9001calidad.com/iso-9001-2000-sistemas-gestion-calidad-requisitos-21.html>

Laguna, M. (2014). *La Calidad y la Satisfacción del Cliente en la hotelería low cost*. (Tesis de licenciatura). Segovia: Universidad de Valladolid. Disponible en:  
<https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/6001/1/TFG-N.95.pdf>

Lamb, C. (2013)., MKTG de lamb. Septima Edicion. Recuperado el: 07 de mayo del 2017. Disponible en: [https://issuu.com/cengagelatam/docs/mkgt\\_lamb](https://issuu.com/cengagelatam/docs/mkgt_lamb)

- Maldonado, V. (2015). UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA. Tesis.ucsm.edu.pe. Recuperado el 23 Mayo 2017. Disponible en: <https://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/5196/79.0133.TH.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mercado, S. (2004). *Administración aplicada: Teoría y práctica*. D.F.: Limusa S 129
- Mendez, G. (2008). *Departamento de Turismo. Escuela de Negocios y Economía* (Tesis de licenciatura Administración de Hoteles y Restaurantes). Mexico: Universidad de las Américas de Puebla. Disponible en: [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lhr/mendez\\_s\\_g/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/mendez_s_g/capitulo2.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR. Mincetur.gob.pe. Recuperado el 13 Abril 2017. Disponible en: <https://www.mincetur.gob.pe/>
- Mora, C. (2011). Revista brasilera de marketing. Recuperado el : 10 de abril del 2017. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525008.pdf>
- Morillo, (2007) “Análisis de la calidad del servicio hotelero mediante la Escala de SERVQUAL Caso: Hoteles de Turismo del Municipio Libertador del Estado Mérida”, Recuperado de <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/25152/2/articulo8.pdf>
- Muñoz, R. (1999). Fundamentos de la estructura Organizacional. Recuperado el: 10 abril 2017. Disponible en: <https://elsemanaldekass.wordpress.com/tag/conducta-organizacion-y-administracion/>
- Palacios, D. (2014). *Evaluación de la calidad de servicio percibida en los establecimientos hoteleros de Quibdó*. (Tesis de Maestría). Colombia:



- Universidad Nacional de Colombia. Disponible en: <http://www.bdigital.unal.edu.co/45670/1/11799027.2014.pdf>
- Parra, C. (2009). La estructura organizacional y el diseño organizacional, una revisión bibliográfica. Recuperado el: 13 de mayo 2017. Disponible en: [file:///C:/Users/Fam%20Barrientos/Downloads/1141-2174-1-SM%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Fam%20Barrientos/Downloads/1141-2174-1-SM%20(1).pdf)
- Parasuraman (1993). Método SERVQUAL. Recuperado el: 01 de abril del 2017. Disponible en: [https://www.12manage.com/methods\\_zeithaml\\_servqual\\_es.html](https://www.12manage.com/methods_zeithaml_servqual_es.html)
- Plan Nacional de Calidad Turística - Mincetur. (2017). Mincetur.gob.pe. Recuperado el 13 Abril 2017. Disponible en: <http://www.mincetur.gob.pe/turismo/lineas-de-intervencion/plan-nacional-de-calidad-turistica/>
- Prado, V, y Rivera, P. (2015). Evaluación de la calidad en el servicio al cliente en los hoteles mediante la escala de Servqual. Mexico: Universidad de Guadalajara. Disponible en: [http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/01\\_PF258\\_Evaluaci\\_\\_n\\_de\\_la\\_Calidad.pdf](http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/01_PF258_Evaluaci__n_de_la_Calidad.pdf)
- Rios, J, y Santomá, R. (2008). Calidad de Servicio en la Industria Hotelera desde la perspectiva del SERVQUAL. Recuperado en: <http://www.ub.edu/empresarials/ec/pdfs/18023-ESP-Calidad.pdf>
- Robbins, S. (2002). Calidad Total de la Gestión de Servicios - UDLAP. Disponible en: [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/macm/mateos\\_z\\_mm/capitulo\\_2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/macm/mateos_z_mm/capitulo_2.pdf)

Stanton, W. ( 2007 ). Fundamentos del Marketing. Recuperado el: 02 de mayo del 2017.

Disponible en:

<https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>

Thompson, I. (1999). Marketing de Relaciones. Recuperado el: 03 de marzo del 2017.

Disponible en: <http://www.marketing-free.com/marketing/definicion-marketing.html>

Universidad de las Américas Puebla – UDLAP. Calidad Total de la Gestión de Servicios.

Disponible en:

[http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/macm/mateos\\_z\\_mm/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/macm/mateos_z_mm/capitulo2.pdf)

Ventura, P. (2008). Propuesta de mejora en la calidad del servicio para el departamento

de recepción en un hotel de gran turismo en Mexico, D.F. Recuperado en:

<http://tesis.ipn.mx/jspui/bitstream/123456789/4027/1/PROPUESTAMEJORAHOTEL.pdf>

Zeithaml & Bitner (2002). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad

del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto

## **ANEXOS**

## Anexo 1: Matriz de la investigación

<b>“Plan de mejora organizacional como factor determinante de la calidad de servicio del Hotel Perú Pacífico en Jesús María, 2017.”</b>		
<b>Planteamiento de la Investigación</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Justificación</b>
<b>Formulación del problema</b>	<b>Objetivo General</b>	
<b>¿Cómo mejorar la calidad de servicio interno del Hotel Perú Pacífico en Jesús María, 2017?</b>	Proponer un plan para mejorar la calidad de servicio interno del Hotel Perú Pacífico en Jesús María, 2017.	Es de vital importancia promover el cumplimiento del Decreto Supremo N° 150-2015-PCM, que establece los requisitos y procedimientos para autorizar la prestación del servicio de Hoteles, así como, la obligación de presentar la Declaración Jurada de cumplimiento de las normas relativas a las condiciones del servicio que prestan. Establece las disposiciones para la clasificación, categorización, funcionamiento y supervisión de los establecimientos de hospedaje; así mismo, establece los órganos competentes en dicha materia.
	<b>Objetivos Específicos</b>	
	Diagnosticar la situación del hotel, en base a los requisitos que exige el Reglamento de Hospedajes y el Manual de buenas prácticas de CALTUR.	
	Diseñar un plan estratégico organizacional para la mejora de la calidad de servicio interno del Hotel Perú Pacífico.	
	Evidenciar a través de un flujograma el servicio del Hotel Perú Pacífico.	
	Teorizar las categorías calidad de servicio y sus respectivas categorías apriorísticas y emergentes.	
Validar los instrumentos de investigación y la propuesta de estudio a través de opinión de expertos.		
<b>Metodología</b>		
<b>Sintagma y enfoque</b>	<b>Tipo y diseño</b>	<b>Método e instrumentos</b>
<b>Holístico y mixto, respectivamente</b>	Proyectiva – no experimental	Entrevista: Guía de entrevista Encuesta: Cuestionario

## Anexo 2: Matriz metodológica de categorización

Objetivo general	Objetivos específicos	Categorías	Sub Categorías	Indicadores	Unidad de análisis	Técnicas	Instrumentos
Proponer un plan de mejora organizacional como factor en la mejora de la calidad de servicio del Hotel Perú Pacífico en Jesús María, 2017.	Diagnosticar la situación del hotel, en base a los requisitos que exige el Reglamento de Hospedajes y el Manual de buenas prácticas de CALTUR.	Estructura organizacional	Clima organizacional	Percepción	Gerente general	Entrevista	Ficha de entrevista
				Comportamiento			
			Recursos Humanos	Organización	Recepcionista		
				Competencia			
			Inducción y capacitación	Compromiso	Housekeeping		
				Seguridad			
			Comunicación organizacional	Herramienta de trabajo			
				Normas			
			Estandarización de procesos/servicios	Herramienta empresarial			
			Diseñar un plan estratégico organizacional para la mejora de la calidad de servicio interno del Hotel Perú Pacífico.	Calidad de servicio	Calidad de servicio		
	Confianza						
Fiabilidad	Servicio						
	Conocimiento						
	Calidad						
	Conocimiento						

Evidenciar a través de un flujograma el servicio del Hotel Perú Pacífico.	Capacidad de respuestas	Amabilidad	<b>Ficha de evaluación de expertos</b>
	Seguridad	Accesorios y equipos de seguridad	
		Adaptabilidad(Defensa civil)	
		Prevención	
	Empatía	Valores	
		Atención	
Comodidad y confort			

**Anexo 3: Instrumento cuantitativo****FICHA DE ENCUESTA**

Mi nombre es Carmen Michell Barrientos Sanchez, egresada de la carrera de Administración en Turismo y Hotelería de la Universidad Norbert Wiener.

**INFORMACIÓN PERSONAL:**

Género: Masculino  Femenino  Edad: \_\_\_\_ años.

**INSTRUCCIONES:**

- Para servirle mejor, nos gustaría conocer su opinión acerca de la calidad de servicio del hotel Perú Pacífico, y marque con un X del 1 al 5 según lo siguiente:
- (1) En Completo desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Indiferente
- (4) De acuerdo
- (5) Totalmente de acuerdo

N°	ITEMS	ESCALA				
		1	2	3	4	5
	<b>SUB CATEGORÍAS</b>					
	<b>ELEMENTOS TANGIBLES</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1	El hotel cuenta con una infraestructura en buen estado.					
2	Las instalaciones físicas del hotel son visualmente atractivas.					
3	Los empleados del hotel tienen aspecto pulcro y limpio.					
4	Las instalaciones físicas y habitaciones están limpias.					
5	El material asociado con el servicio es de apariencia atractiva. (Folletos, tarjetas de contacto).					
	<b>FIABILIDAD</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
6	El personal cumple lo que promete a tiempo.					
7	El personal presta los servicios en el momento que se comprometió a hacerlo.					
8	El hotel proporciona servicios conforme a como se compromete hacerlo en la publicidad.					
9	El personal muestra interés por resolver los problemas del huésped.					
	<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
10	Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los huéspedes.					
11	Los empleados del hotel ofrecen un servicio rápido.					
12	El hotel cuenta con empleados hábiles en su desempeño.					
13	Los empleados del hotel están siempre dispuestos a ayudarle.					
	<b>SEGURIDAD</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

14	Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los huéspedes.					
15	Los huéspedes se sienten seguros en las instalaciones del hotel.					
16	Los huéspedes se sienten seguros en sus pagos con tarjeta en el hotel.					
17	Percibe que el hotel cuenta con sistemas adecuados para casos de incendio.					
18	Cree Ud. que el hotel tiene señalización adecuada.					
	<b>EMPATÍA</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
19	El personal brinda una atención personalizada.					
20	El hotel cuenta con una organización que le permite dar una atención personal.					
21	El personal del hotel es siempre cortés con usted.					
22	El personal entiende las necesidades que requiere el huésped.					

**Muchas gracias😊!!!**



**Anexo 4: Fichas de validación de los instrumentos cuantitativo**

**CERTIFICADO DE VALIDEZ POR JUICIO DE EXPERTOS**

Yo, Abel de la Torre Tejeda identificado con DNI Nro. 07870330 Especialista  
 en Administración Actualmente laboro en U. W. Pisco  
 ubicado en Lince procedo a revisar la correspondencia entre la categoría, sub categoría e ítem bajo los criterios

**Coherencia:** El ítem tiene relación lógica con el indicador y la dimensión/sub categoría.  
**Relevancia:** El ítem es parte importante para medir el indicador y la dimensión/sub categoría.  
**Claridad:** La redacción del ítem permitirá comprender a la unidad de análisis.  
**Suficiencia:** La cantidad de ítems es suficiente para responder al indicador y la dimensión/sub categoría.

Nro.	CATEGORIA CALIDAD DE SERVICIO	Coherencia				Relevancia				Claridad				Suficiencia				Puntaje	Observaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
<b>DIMENSIÓN /SUB CATEGORÍA 1: ELEMENTOS TANGIBLES</b>																			
1	El hotel cuenta con una infraestructura en buen estado.			✓				✓				✓				✓			
2	Las instalaciones físicas del hotel son visualmente atractivas.			✓				✓				✓				✓			
3	Los empleados del hotel tienen aspecto pulcro y limpio.			✓				✓				✓				✓			
4	Las instalaciones físicas y habitaciones están limpias.			✓				✓				✓				✓			

5	El material asociado con el servicio es de apariencia atractiva (folletos, tarjetas de contacto).	✓	✓	✓	✓
<b>DIMENSIÓN /SUB CATEGORÍA 2: FIABILIDAD</b>					
6	El personal cumple lo que promete a tiempo	✓	✓	✓	✓
7	El personal presta los servicios en el momento que se comprometió a hacerlo	✓	✓	✓	✓
8	El hotel proporciona servicios conforme a como se compromete hacerlo en la publicidad.	✓	✓	✓	✓
9	El personal muestra interés por resolver los problemas del huésped.	✓	✓	✓	✓
<b>DIMENSIÓN /SUB CATEGORÍA 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>					
10	Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los huéspedes	✓	✓	✓	✓
11	Los empleados del hotel ofrecen un servicio rápido.	✓	✓	✓	✓
12	El hotel cuenta con empleados hábiles en su desempeño.	✓	✓	✓	✓
13	Los empleados del hotel están siempre dispuestos a ayudarle	✓	✓	✓	✓
<b>DIMENSIÓN /SUB CATEGORÍA 4: SEGURIDAD</b>					
14	El comportamiento de los empleados del hotel transmite confianza a sus huéspedes	✓	✓	✓	✓
15	Los huéspedes se sienten seguros en las instalaciones del hotel	✓	✓	✓	✓
16	Los huéspedes se sienten seguros en sus pagos con tarjeta en el hotel	✓	✓	✓	✓
17	Percebe que el hotel cuenta con sistemas adecuados para casos de incendio.	✓	✓	✓	✓

18	Cree Ud. Que el hotel tiene señalización adecuada.	/	/	/	/	/		
<b>DIMENSIÓN /SUB CATEGORÍA 5: EMPATÍA</b>								
19	El personal brinda una atención personalizada	/	/	/	/	/		
20	El hotel cuenta con una organización que le permite dar una atención personal	/	/	/	/	/		
21	El personal del hotel son siempre corteses con Ud.	/	/	/	/	/		
22	El personal entiende las necesidades del huésped.	/	/	/	/	/		

(Si el puntaje obtenido esta entre 1 y 2 el experto debe de sugerir los cambios)

Y después de la revisión opino que el instrumento   No debe de ser aplicado:

**Sugerencias:**

1. Debe de añadir ..... dimensión/sub categoría: .....
2. Debe añadir ..... items en la dimensión/sub categoría: .....
3. Cumple con los indicadores de evaluación establecidos... Si .....

Es todo cuanto informo,

  
 \_\_\_\_\_  
 Firma

Anexo 1. Certificado de validez por Juicio de Expertos

**CERTIFICADO DE VALIDEZ POR JUICIO DE EXPERTOS**

Yo, Marco A. Sanchez Schmidt identificado con DNI Nro. .... Especialista en Turismo y Hotelería. Actualmente laboro en la Universidad Wiener ubicado en Lince..... procedo a revisar la correspondencia entre la categoría, sub categoría e ítem bajo los criterios:

**Coherencia:** El ítem tiene relación lógica con el indicador y la dimensión/sub categoría.

**Relevancia:** El ítem es parte importante para medir el indicador y la dimensión/sub categoría.

**Claridad:** La redacción del ítem permitirá comprender a la unidad de análisis.

**Suficiencia:** La cantidad de ítems es suficiente para responder al indicador y la dimensión/sub categoría.

Nro	CATEGORIA CALIDAD DE SERVICIO	Coherencia				Relevancia				Claridad				Suficiencia				Puntaje	Observaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
<b>DIMENSIÓN /SUB CATEGORIA 1: ELEMENTOS TANGIBLES</b>																			
1	El hotel cuenta con una infraestructura en buen estado.			✓				✓				✓				✓			
2	Las instalaciones físicas del hotel son visualmente atractivas.			✓				✓				✓				✓			
3	Los empleados del hotel tienen aspecto pulcro y limpio.			✓				✓				✓				✓			
4	Las instalaciones físicas y habitaciones están limpias.			✓				✓				✓				✓			

Yo, Marco A. Sanchez Schmidt  
 identificado con DNI Nro. ....  
 procedo a certificar la validez por juicio de expertos

5	El material asociado con el servicio es de apariencia atractiva. (folletos, tarjetas de contacto).		✓		✓		✓		✓	
<b>DIMENSIÓN /SUB CATEGORÍA 2: FIABILIDAD</b>										
6	Cumple lo que promete a tiempo.		✓		✓		✓		✓	
7	Muestra interés por resolver sus problemas.		✓		✓		✓		✓	
8	El hotel presta el servicio adecuado desde el primer momento.		✓		✓		✓		✓	
9	El hotel presta los servicios en el momento que se comprometió a hacerlo.		✓		✓		✓		✓	
10	El hotel insiste en tener registros de huéspedes libres de errores.		✓		✓		✓		✓	
<b>DIMENSIÓN /SUB CATEGORÍA 3: CAPACIDAD DE RESPUESTAS</b>										
11	Los empleados comunican a los clientes exactamente el momento cuando se llevaran a cabo los servicios.		✓		✓		✓		✓	
12	Los empleados del hotel ofrecen un servicio rápido.		✓		✓		✓		✓	
13	Los empleados del hotel están siempre dispuestos a ayudarte.		✓		✓		✓		✓	
<b>DIMENSIÓN /SUB CATEGORÍA 4: SEGURIDAD</b>										
14	El comportamiento de los empleados del hotel transmite confianza a sus clientes.		✓		✓		✓		✓	
15	Los clientes se sienten seguros en sus transacciones con el hotel.		✓		✓		✓		✓	
16	Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes.		✓		✓		✓		✓	
17	Los empleados del hotel están siempre dispuestos a ayudarte.		✓		✓		✓		✓	
<b>DIMENSIÓN /SUB CATEGORÍA 5: EMPATÍA</b>										
18	Brinda una atención personalizada.		✓		✓		✓		✓	
19	El hotel comprende las necesidades específicas de sus clientes.		✓		✓		✓		✓	

INSTITUTO VENEZOLANO DE INVESTIGACIONES PSICOLÓGICAS  
 IIVAP  
 CARRERA DE PSICOLOGÍA  
 ESCUELA DE PSICOLOGÍA  
 UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL FRANCISCO DE MIRANDA  
 CARRERA DE PSICOLOGÍA  
 ESCUELA DE PSICOLOGÍA  
 UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL FRANCISCO DE MIRANDA

20	El hotel cuenta con empleados competentes.				✓				✓				✓				✓
21	Los horarios de trabajo son convenientes para los huéspedes.				✓				✓				✓				✓
22	Se preocupa por los mejores intereses de los huéspedes.				✓				✓				✓				✓

(Si el puntaje obtenido esta entre 1 y 2 el experto debe de sugerir los cambios).

Y después de la revisión opino que el instrumento  Sí  No debe de ser aplicado:

**Sugerencias:**

1. Debe de añadir: ..... dimensión/sub categoría:  
.....
2. Debe añadir ..... items en la dimensión/sub categoría:  
.....
3. Cumple con los indicadores de evaluación establecidos: ..... *Sí Cumple* .....

Ex todo cuanto informo;

*[Handwritten Signature]*  
 M. A. Sánchez Schmidt  
 PRESIDENTE DE JURADO  
 GASTRONÓMICO DEL PERÚ

Anexo 1. Certificado de validez por Juicio de Expertos

**CERTIFICADO DE VALIDEZ POR JUICIO DE EXPERTOS**

Yo, Fernando Alex Nolasco Labajos identificado con DNI Nro 40016192 Especialista en Metodología de la Inv. Actualmente laboro en La Universidad Wariw ubicado en Linca procedo a revisar la correspondencia entre la categoría, sub categoría e ítem bajo los criterios:

- Coherencia:** El ítem tiene relación lógica con el indicador y la dimensión/sub categoría.
- Relevancia:** El ítem es parte importante para medir el indicador y la dimensión/sub categoría.
- Claridad:** La redacción del ítem permitirá comprender a la unidad de análisis.
- Suficiencia:** La cantidad de ítems es suficiente para responder al indicador y la dimensión/sub categoría.

  
 Mg. Fernando A. Nolasco Labajos  
 Colegiado de Per y Post Gr.  
 Exped. 114-

Nro	CATEGORIA CALIDAD DE SERVICIO	Coherencia				Relevancia				Claridad				Suficiencia				Puntaje	Observaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
<b>DIMENSION /SUB CATEGORIA 1: ELEMENTOS TANGIBLES</b>																			
1	El hotel cuenta con una infraestructura en buen estado y moderna.			✓				✓				✓				✓			
2	Las instalaciones físicas del hotel son visualmente atractivas.			✓				✓				✓				✓			
3	Los empleados del hotel tienen aspecto pulcro y limpio.			✓				✓				✓				✓			
4	Las instalaciones físicas y habitaciones están limpias.			✓				✓				✓				✓			
5	El material asociado con el servicio es de apariencia atractiva (folletos, tarjetas de contacto).			✓				✓				✓				✓			

DIMENSIÓN /SUB CATEGORÍA 2: FIABILIDAD										
6	Cumple lo que promete a tiempo.			✓			✓			✓
7	Muestra interés por resolver sus problemas.			✓			✓			✓
8	El hotel presta el servicio adecuado desde el primer momento.			✓			✓			✓
9	El hotel presta los servicios en el momento que se comprometió a hacerlo.			✓			✓			✓
10	El hotel insiste en tener registros de huéspedes libres de errores.			✓			✓			✓
DIMENSIÓN /SUB CATEGORÍA 3: CAPACIDAD DE RESPUESTAS										
11	Los empleados comunican a los clientes exactamente el momento cuando se llevaran a cabo los servicios.			✓			✓			✓
12	Los empleados del hotel ofrecen un servicio rápido.			✓			✓			✓
13	Los empleados del hotel están siempre dispuestos a ayudarte.			✓			✓			✓
DIMENSIÓN /SUB CATEGORÍA 4: SEGURIDAD										
14	El comportamiento de los empleados del hotel transmite confianza a sus clientes.			✓			✓			✓
15	Los clientes se sienten seguros en sus transacciones con el hotel.			✓			✓			✓
16	Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes.			✓			✓			✓
17	Los empleados del hotel son siempre corteses con usted.			✓			✓			✓
DIMENSIÓN /SUB CATEGORÍA 5: EMPATÍA										
18	Brinda una atención personalizada.			✓			✓			✓
19	Comprende las necesidades específicas de sus clientes.			✓			✓			✓
20	Ofrece una atención personalizada a sus clientes.			✓			✓			✓
21	Los empleados del hotel comprenden sus necesidades específicas.			✓			✓			✓

  
 Dr. Fernando A. Volador Labajo  
 Maestro de P. y Post. Grados  
 Especialista en Investigación Científica



22	La empresa se preocupa por los mejores intereses de sus clientes.				/			/			/			/	
----	---	--	--	--	---	--	--	---	--	--	---	--	--	---	--

(Si el puntaje obtenido esta entre 1 y 2 el experto debe de sugerir los cambios).

Y después de la revisión opinó que el instrumento  **Si**  **No** debe de ser aplicado:

**Sugerencias:**

1. Debe de añadir.....dimension/sub categoria:  
.....
2. Debe añadir..... ítems en la dimensión/sub categoria:  
.....
3. Cumple con los indicadores de evaluación establecidos: *Si cumple* .....

Es todo cuanto informo;

  
 Mg Fernando A. Nolasco Labajo  
 Catedrático de Pre y Post Grado  
 Especialista en Investigación C=

---

Firma

**Anexo 5: Fichas de validación de la propuesta**

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE LA PROPUESTA**

Título de la investigación: PLAN DE MEJORA ORGANIZACIONAL COMO FACTOR DETERMINANTE DE UTILIDAD DE SERVICIO HSP  
 Nombre de la propuesta: MANUAL DE CALIDAD DE SERVICIO INTERNO - 2 ESTRELLAS

Yo, ABEL DE LA TORRE TESTADA identificado con DNI Nro. 17870330 Especialista en Administración Actualmente laboro en UNICENSA Ubicado en LUNCE Procedo a revisar la correspondencia entre la categoría, sub categoría e ítem bajo los criterios

**Pertinencia:** La propuesta es coherente entre el problema y la solución.  
**Relevancia:** Lo planteado en la propuesta aporta a los objetivos.  
**Construcción gramatical:** se entiende sin dificultad alguna los enunciados de la propuesta.

N°	INDICADORES DE EVALUACIÓN	Pertinencia		Relevancia		Construcción gramatical		Observaciones	Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	La propuesta se fundamenta en las ciencias administrativas/Ingeniería.	✓		✓		✓			
2	La propuesta está contextualizada a la realidad en estudio.	✓		✓		✓			
3	La propuesta se sustenta en un diagnóstico previo.	✓		✓		✓			
4	Se justifica la propuesta como base importante de la investigación aplicada proyectiva.	✓		✓		✓			
5	La propuesta presenta objetivos claros, coherentes y posibles de alcanzar.	✓		✓		✓			
6	La propuesta guarda relación con el diagnóstico y responde a la problemática.	✓		✓		✓			
7	La propuesta tiene un plan de acción e intervención bien detallado.	✓		✓		✓			

8	Dentro del plan de intervención existe un cronograma detallado y responsables de las diversas actividades	✓		✓		✓			
9	La propuesta es factible y tiene viabilidad	✓		✓		✓			
10	Es posible de aplicar la propuesta al contexto descrito	✓		✓		✓			

Y después de la revisión opto que

1

2

3

Es todo cuanto informo,

  
 \_\_\_\_\_  
 Firma

### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE LA PROPUESTA

Título de la investigación: PLAN DE MEDIDA ORG. COMO FACTOR DETERMINANTE DE LA CALIDAD DE SERVICIO H.P.P  
 Nombre de la propuesta: MANUAL DE CALIDAD DE SERVICIO INTERNO - 2 ESTRELLAS

Yo, MARCO A SANCHE SCHMIDT identificado con DNI Nro 06191787 Especialista en TURISMO Y HOSTERIA Actualmente laboro en U. WIENER Ubicado en LINCE Procedo a revisar la correspondencia entre la categoría, sub categoría e ítem bajo los criterios:

**Pertinencia:** La propuesta es coherente entre el problema y la solución.

**Relevancia:** Lo planteado en la propuesta aporta a los objetivos.

**Construcción gramatical:** se entiende sin dificultad alguna los enunciados de la propuesta.

N°	INDICADORES DE EVALUACIÓN	Pertinencia		Relevancia		Construcción gramatical		Observaciones	Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	La propuesta se fundamenta en las ciencias administrativas/ Ingeniería.	✓		✓		✓			
2	La propuesta está contextualizada a la realidad en estudio.	✓		✓		✓			
3	La propuesta se sustenta en un diagnóstico previo.	✓		✓		✓			
4	Se justifica la propuesta como base importante de la investigación aplicada proyectiva.	✓		✓		✓			
5	La propuesta presenta objetivos claros, coherentes y posibles de alcanzar.	✓		✓		✓			
6	La propuesta guarda relación con el diagnóstico y responde a la problemática.	✓		✓		✓			
7	La propuesta tiene un plan de acción e intervención bien detallado.	✓		✓		✓			

8	Dentro del plan de intervención existe un cronograma detallado y responsables de las diversas actividades	✓	✓	✓			
9	La propuesta es factible y tiene viabilidad	✓	✗	✓			
10	Es posible de aplicar la propuesta al contexto descrito	✓	✓	✓			

Y después de la revisión opino que

- 1
- 2
- 3

Es todo cuanto informo:



Firma

**Anexo 6: Evidencia de la visita a la empresa****Frontis del Hotel Perú Pacífico**



**Área de Recepción**



**Lobby**





**Áreas comunes y públicas**



**Habitación Suite**



**Habitación Simple**

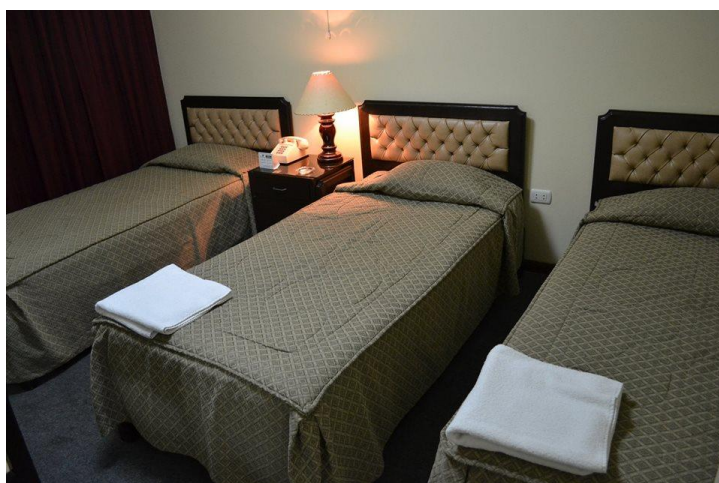


**Habitación Doble**





**Habitación Doble**



**Habitación Triple**



**Habitación Matrimonial**



**Restaurante**



**Salón de conferencias**



**Lavandería**

## Anexo 7: Formato para clasificación y categorización de Hotel 1 o 2 estrellas



### ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE

#### FORMATO PARA CLASIFICACIÓN Y CATEGORIZACIÓN DE HOTEL 1 o 2 ESTRELLAS

##### 1.- INFORMACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO:

1	Razón Social (Personería Jurídica) o Apellidos y Nombres (Persona Natural)		
2	Nombre Comercial	3	N° de RUC
4	Domicilio		
5	Dirección del Establecimiento	6	Número
7	Interior	8	Localidad
		9	Departamento
10	Provincia	11	Distrito
12	Telefono	13	Página Web
14	e-mail	15	Representante Legal
16	Docum. Identidad:	DNI <input type="checkbox"/>	C.E. <input type="checkbox"/>

##### 2- REQUISITOS MÍNIMOS:

<p><b>A- REQUISITOS MÍNIMOS DE INFRAESTRUCTURA:</b> (Según ANEXO 1 Norma Técnica A.30 Hospedaje del Numeral III.1 Arquitectura, del Título III Edificaciones, del Reglamento Nacional de Edificaciones-RNE- Decreto Supremo N° 006-2014-VIVIENDA, 13/05/2014).</p> <p>N° de Pisos: <input type="text"/></p> <p>17 Ingreso de huéspedes. <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/></p> <p>18 Recepción y Conserjería. <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/></p> <p>19 Cocina. <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/></p> <p>20 Cafetería. <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/></p> <p><b>CATEGORIA:</b> Solo marcar la que corresponda</p> <p><b>2 ESTRELLAS</b> <input type="checkbox"/></p> <p>21 N° de Habitaciones (Mínimo 20) <b>Cantidad</b> <input type="text"/></p> <p>- Simples, área mínima 9 m<sup>2</sup> <input type="text"/></p> <p>- Dobles, área mínima 12 m<sup>2</sup> <input type="text"/></p> <p>Adjuntar documento en el que aparezca el detalle de cada habitación y baño con sus medidas correspondientes.</p> <p><b>1 ESTRELLA</b> <input type="checkbox"/></p> <p>22 N° de Habitaciones (Mínimo 20) <b>Cantidad</b> <input type="text"/></p> <p>- Simples, área mínima 8 m<sup>2</sup> <input type="text"/></p> <p>- Dobles, área mínima 11 m<sup>2</sup> <input type="text"/></p> <p>Adjuntar documento en el que aparezca el detalle de cada habitación y baño con sus medidas correspondientes.</p>		<p><b>SI</b></p> <p>23 Servicios higiénicos (dentro de la habitación). <input type="checkbox"/></p> <p>24 Tipo: 1 baño privado (con lavatorio, inodoro y ducha), Área mínima de 3 m<sup>2</sup> <input type="checkbox"/></p> <p>25 Closet o guardarropa (dentro de la habitación). <input type="checkbox"/></p> <p>26 Agua fría y caliente (Obligatorio para tina o ducha) <input type="checkbox"/></p> <p>27 Ascensor de uso público a partir de 4 plantas (excluyendo sótano o semisótano) <input type="checkbox"/></p> <p>28 Ambientes obligatorio solo equipo de almacenamiento de agua potable. <input type="checkbox"/></p> <p>29 Servicio higiénico de uso público (diferenciados por sexo, mínimo con 1 lavatorio y 1 inodoro). <input type="checkbox"/></p> <p>30 Servicio de teléfono para uso público. <input type="checkbox"/></p> <p><b>B- REQUISITOS MÍNIMOS DE EQUIPAMIENTO</b></p> <p>31 Internet. <input type="checkbox"/></p> <p>32 Televisor en habitación. <input type="checkbox"/></p> <p>33 Teléfono con comunicación nacional e internacional en habitación. <input type="checkbox"/></p> <p><b>C- REQUISITOS MÍNIMOS DE SERVICIO</b></p> <p>34 Limpieza diaria de habitaciones y de todos los ambientes del Hotel. <input type="checkbox"/></p> <p>35 Servicio de custodia de equipaje. <input type="checkbox"/></p> <p>36 Primeros Auxilios (Botiquín). Según especificaciones técnicas del MINSa. <input type="checkbox"/></p> <p>37 Cambio regular de sábanas y toallas diario y cada cambio del huésped (El huésped podrá solicitar que no se cambien regularmente de acuerdo a criterios ambientales u otros) <input type="checkbox"/></p>
--	--	---

En el caso de los requisitos de teléfono, televisor, internet u otros similares, se tendrá en cuenta la disponibilidad de la señal respectiva en el lugar donde se ubique el Hotel.

.....  
Firma Representante Legal

Fecha:

## Anexo 8: Reglamento de Establecimiento de Hospedaje



# Decreto Supremo

APRUEBAN REGLAMENTO DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

N° 001 -2015-MINCETUR

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

### CONSIDERANDO:

Que, la Ley N° 27780, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR y el Reglamento de Organización y Funciones de este organismo, aprobado por Decreto Supremo N° 005-2002-MINCETUR, señalan que corresponde al MINCETUR, promover, orientar y regular la actividad turística, con el fin de impulsar su desarrollo sostenible;

Que, mediante Decreto Supremo N° 029-2004-MINCETUR, se aprobó el Reglamento de Establecimiento de Hospedaje, que establece las disposiciones para la clasificación, categorización, funcionamiento y supervisión de los establecimientos de hospedaje; asimismo, establece los órganos competentes en dicha materia;

Que, posteriormente, se aprobó la Ley N° 29408, Ley General de Turismo, que contiene el marco legal para el desarrollo y la regulación de la actividad turística, estableciendo en su artículo 27 que son prestadores de servicios turísticos las personas naturales o jurídicas que participan en la actividad turística, con el objeto principal de proporcionar servicios turísticos directos de utilidad básica e indispensable para el desarrollo de las actividades de los turistas, estableciendo en el literal a) del Anexo N° 1 de la citada norma que son prestadores de servicios turísticos los que prestan servicios de hospedaje;

Que, desde la vigencia del Reglamento de Establecimiento de Hospedaje se han generado cambios en diversas normas, con carácter general, como la Ley General de Turismo y otros dispositivos en dicha materia, lo cual hace necesaria la aprobación de un reglamento que adecue el ordenamiento de establecimiento hospedaje al nuevo marco legal existente;



De conformidad con el numeral 8 del artículo 118° de la Constitución Política del Estado; la Ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones del MINCETUR; y, la Ley N° 29408, Ley General de Turismo;

**DECRETA:**

**Artículo 1.- Aprobación del Reglamento de Establecimientos de Hospedaje**

Apruébese el Reglamento de Establecimientos de Hospedaje, que consta de siete (07) Capítulos, treinta y cinco (35) artículos, nueve (09) Disposiciones Complementarias Finales, cinco (05) Disposiciones Complementarias Transitorias y Cuatro anexos que forma parte integrante del presente Decreto Supremo.

**Artículo 2.- Aprobación de Formatos y otro documentos**

Autorícese al Viceministerio de Turismo a aprobar los formatos y otros documentos señalados en el presente Reglamento.

**Artículo 3.- Derogación**

Deróguese el Reglamento de Establecimientos de Hospedaje, aprobado por Decreto Supremo N° 029-2004-MINCETUR, así como todas las disposiciones que se opongán a lo dispuesto en el presente Decreto Supremo.

**Artículo 4.- Vigencia**

El presente Decreto Supremo entrará en vigencia al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial "El Peruano".

**Artículo 5.- Refrendo**

El presente Decreto Supremo será refrendado por la Ministra de Comercio Exterior y Turismo.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los ocho días del mes de junio del año dos mil quince.



**OLLANTA HUMALA TASSO**  
Presidente de la República

**MAGALI SILVA VELARDE-ÁLVAREZ**  
Ministra de Comercio Exterior y Turismo

# REGLAMENTO DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

## CAPÍTULO I

### DISPOSICIONES GENERALES

#### Artículo 1.- Objeto

El presente Reglamento establece las disposiciones para la clasificación, categorización, operación y supervisión de los establecimientos de hospedaje; así como las funciones de los órganos competentes en dicha materia.

#### Artículo 2.- Ámbito de aplicación

Las disposiciones contenidas en el presente Reglamento, deben ser aplicadas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR, los Gobiernos Regionales, la Municipalidad Metropolitana de Lima y por los establecimientos de hospedaje.

#### Artículo 3.- Clases y Categorías de hospedaje

Los establecimientos de hospedaje solicitarán al Órgano Competente, su clasificación y/o categorización, cumpliendo para tal efecto con los requisitos de infraestructura, equipamiento, servicio y personal establecidos en los Anexos Nos. 1 al 4 del presente Reglamento, según corresponda.

Los establecimientos de hospedaje se clasifican y/o categorizan en la siguiente forma:

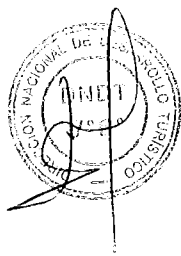
Clase	Categoría
1. Hotel	Una a cinco estrellas
2. Apart – Hotel	Tres a cinco estrellas
3. Hostal	Una a tres estrellas
4. Albergue	-.-

#### Artículo 4.- Definiciones y siglas

Para efectos de la aplicación del presente Reglamento, se tendrá en consideración las siguientes definiciones y siglas, conforme se señala a continuación:

##### 4.1 Definiciones:

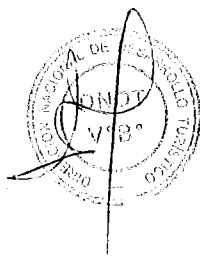
- Albergue:** Establecimiento de hospedaje que presta servicio de alojamiento preferentemente en habitaciones comunes, a un determinado grupo de huéspedes que comparten uno o varios intereses y actividades afines. Su ubicación y/o los intereses y actividades de sus huéspedes, determinarán la modalidad del mismo. Los Albergues deberán cumplir con los requisitos señalados en el Anexo N° 4, que forma parte integrante del presente Reglamento.
- Apart-Hotel:** Establecimiento de hospedaje que está compuesto por departamentos que integran una unidad de explotación y administración. Los Apart-Hoteles pueden ser categorizados de Tres a Cinco Estrellas, debiendo cumplir con los requisitos señalados en el Anexo N° 2, que forma parte integrante del presente Reglamento.
- Cafetería:** Ambiente donde se sirve el desayuno y/o donde el huésped puede tomar otras bebidas y alimentos de fácil preparación.



- d) **Calificador de establecimientos de hospedaje:** Persona inscrita en el Registro de Calificadores de Establecimientos de Hospedaje y designada por la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico de MINCETUR, para emitir Informes Técnicos respecto a las solicitudes de reconocimiento oficial del estatus de establecimiento de hospedaje clasificado y/o categorizado, de acuerdo a los requisitos establecidos en el presente Reglamento.
- e) **Categoría:** Rango en estrellas establecido por este Reglamento a fin de diferenciar dentro de cada clase de establecimiento de hospedaje, las condiciones de funcionamiento que éstos deben ofrecer. Sólo se categorizan los establecimientos de hospedaje de la clase Hotel, Apart- Hotel y Hostal.
- f) **Clase:** Identificación del establecimiento de hospedaje en función a sus características arquitectónicas de infraestructura, equipamiento y servicios que ofrece. Deberá estar de acuerdo a la clasificación establecida en el artículo 3 del presente Reglamento.
- g) **Contrato de Hospedaje:** Es la relación jurídica que se genera entre el huésped y el establecimiento de hospedaje, por la sola inscripción y firma en el Registro de Huéspedes, se regula por el Código Civil, las normas del propio establecimiento de hospedaje y las disposiciones contenidas en el presente Reglamento.

Las agencias de viajes y turismo u otras personas naturales y jurídicas que pudieran intermediar en la contratación de los servicios de alojamiento, no son parte del contrato de hospedaje referido en el párrafo precedente.

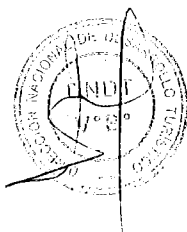
- h) **Día hotelero:** Período de veinticuatro (24) horas dentro del cual el huésped podrá permanecer en uso de la habitación, de acuerdo al registro de ingreso y la hora límite de salida fijada por el establecimiento de hospedaje, a efecto de cobrar, sin recargo, la tarifa respectiva por el alojamiento.
- i) **Establecimiento de hospedaje:** Lugar destinado a prestar habitualmente servicio de alojamiento no permanente, para que sus huéspedes pernocten en el local, con la posibilidad de incluir otros servicios complementarios, a condición del pago de una contraprestación previamente establecida en las tarifas del establecimiento. Los establecimientos de hospedaje que opten por no clasificarse y/o categorizarse, deberán cumplir con los requisitos señalados en el presente Reglamento.
- j) **Habitación o Departamento:** Ambiente privado del establecimiento de hospedaje, amoblado y equipado para prestar facilidades que permitan que los huéspedes puedan pernoctar, según su capacidad, el cual debe cumplir con los requisitos previstos en los anexos del presente Reglamento.
- k) **Hotel:** Establecimiento de hospedaje que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea. Los establecimientos de hospedaje para ser categorizados como Hoteles de Una a Cinco Estrellas, deben cumplir con los requisitos que se señalan en el Anexo N° 1 que forma parte integrante del presente Reglamento.
- l) **Hostal:** Establecimiento de hospedaje que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea. Los establecimientos de hospedaje para ser clasificados como Hostales deben cumplir con los requisitos que se señalan en el Anexo N° 3, que forma parte integrante del presente Reglamento.
- m) **Huésped:** Persona natural a cuyo favor se presta el servicio de alojamiento.



- n) **Informe Técnico:** Es el documento emitido por el Calificador de Establecimientos de Hospedaje, en el que se acredita que el establecimiento cumple rigurosamente los requisitos exigidos en el Reglamento de Establecimientos de Hospedaje para ostentar la condición de establecimiento de hospedaje clasificado y/o categorizado.
- o) **Inspector:** Servidor público autorizado por el Órgano Competente, para desarrollar las acciones de verificación y supervisión previstas en el presente Reglamento.
- p) **Oficio:** Lugar donde se ubican los suministros de limpieza, lencería o ropa de cama y demás implementos que facilitan y permiten el aseo de las habitaciones.
- q) **Órgano Competente:** Las Gerencias Regionales o Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo o quienes hagan sus veces en los Gobiernos Regionales. En el caso de Lima Metropolitana el Órgano que ésta designe para tal efecto.
- r) **Personal Calificado:** Persona con formación, capacitación y/o con experiencia acreditada mediante constancia o certificado expedido por entidades públicas o privadas, de acuerdo a la función desempeñada, para prestar servicios en un establecimiento de hospedaje. El personal que acredite sólo experiencia y que en el cumplimiento de sus funciones tenga contacto directo con el huésped deberá acreditar haber recibido capacitación en técnicas de atención al cliente.
- s) **Recepción y Conserjería:** Área del establecimiento de hospedaje, en la cual se reciben y registran los huéspedes, se facilita información sobre los servicios que presta el establecimiento, se prestan los servicios de traslado de equipaje, correspondencia, información y otros servicios similares.
- t) **Registro de Calificadores de Establecimientos de Hospedaje:** Registro a cargo de la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico, en el cual se inscriben y registran los Calificadores de Establecimientos de Hospedaje.
- u) **Registro de Huéspedes:** Registro llevado por el establecimiento de hospedaje, en fichas, libros o medios digitales, en el que obligatoriamente se inscribirá el nombre completo del huésped, sexo, nacionalidad, documento de identidad, fecha de ingreso, fecha de salida, el número de la habitación asignada y la tarifa correspondiente con indicación de los impuestos y sobrecargas que se cobren, sea que estén o no incluidos en la tarifa.
- v) **Servicio higiénico:** Es el ambiente que cuenta como mínimo con un lavatorio, inodoro, tina y/o ducha (en caso se trate de medio baño solo se considera lavatorio e inodoro), iluminación eléctrica, toma corriente y un espejo, papelería, toalla de baño, jabón, papel higiénico y shampoo; debiendo cumplir además con requisitos establecidos en los Anexos adjuntos al presente Reglamento.
- En el caso del servicio higiénico de uso público deberá contar como mínimo con un lavatorio, inodoro, iluminación eléctrica, papelería, jabón, secador eléctrico o papel toalla y papel higiénico.
- w) **Suite:** Habitación con instalaciones y ambientes separados y/o conectados.
- x) **Titular de Establecimiento de Hospedaje:** Persona natural o jurídica que ofrece la prestación del servicio, es el responsable y conductor del establecimiento de hospedaje.

#### 4.2 Sigla:

- a) **MINCETUR:** Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.





## CAPÍTULO II

### FUNCIONES DEL ORGANO COMPETENTE

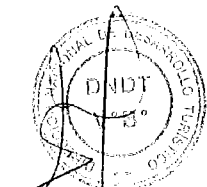
#### Artículo 5.- Órgano Competente

Los Órganos Competentes para la aplicación del presente Reglamento son las Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo de los Gobiernos Regionales o la que haga sus veces, dentro del ámbito de su competencia administrativa; y en el caso de la Municipalidad Metropolitana de Lima, el Órgano que ésta designe para tal efecto.

#### Artículo 6°.- Funciones del Órgano Competente

6.1 Corresponden al Órgano Competente las siguientes funciones:

- a) Otorgar la clasificación y/o categorización a los establecimientos de hospedaje;
- b) Resolver los recursos de carácter administrativo que formulen los titulares de los establecimientos de hospedaje con relación al funcionamiento, clasificación y/o categorización asignada;
- c) Supervisar el cumplimiento de las disposiciones del presente Reglamento y aplicar las sanciones que correspondan por su incumplimiento;
- d) Llevar y mantener actualizado el Directorio de establecimientos de hospedaje clasificados y/o categorizados, utilizando el sistema establecido por el MINCETUR;
- e) Llevar una base de datos de los establecimientos de hospedaje no clasificados ni categorizados, que operen en el ámbito de su competencia;
- f) Proporcionar al MINCETUR la información correspondiente a los Prestadores de Servicios Turísticos Calificados de su circunscripción territorial, para su posterior publicación en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados.
- g) Ejecutar las operaciones de estadística sectorial necesarias de alcance regional, autorizadas por el ente rector del sistema estadístico nacional;
- h) Elaborar y difundir las estadísticas oficiales sobre establecimientos de hospedaje, observando las disposiciones del ente rector del sistema estadístico nacional;
- i) Remitir a la Oficina General de Estudios Económicos del MINCETUR, o a la que haga sus veces, los resultados estadísticos sobre establecimientos de hospedaje;
- j) Difundir las disposiciones del presente Reglamento, así como otras normas aplicables a los establecimientos de hospedaje, en coordinación y con el apoyo de las asociaciones representativas del Sector Turismo;
- k) Coordinar y desarrollar acciones con los Gobiernos Locales para el intercambio de información sobre autorizaciones y permisos y otros que sean necesarios para hacer cumplir las disposiciones del presente Reglamento;
- l) Impulsar el desarrollo de actividades, programas y proyectos orientados a promover la competitividad y calidad en la prestación del servicio de hospedaje, considerando los objetivos y estrategias del Plan Nacional de Calidad Turística – CALTUR, en coordinación con el MINCETUR y las asociaciones representativas regionales y nacionales, legalmente constituidas;
- m) Promover la suscripción de compromisos o códigos de conducta, por parte de los titulares de los establecimientos de hospedaje, dentro del marco de responsabilidad social empresarial, a fin de apoyar las acciones destinadas a prevenir la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes, en el ámbito del turismo;
- n) Promover la aplicación de programas y proyectos orientados a la implementación de la certificación de competencias laborales, de conformidad con el marco legal vigente;
- o) Coordinar con otras instituciones públicas o privadas las acciones necesarias para el cumplimiento del presente Reglamento; y,



p) Ejercer las demás atribuciones que establezca el presente Reglamento y las disposiciones legales vigentes.

6.2 El Órgano Competente podrá delegar sus funciones a otras entidades, cuyo personal debe ser previamente capacitado y evaluado para tal efecto; la delegación se sujetará a las normas establecidas por la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General y sus normas modificatorias y complementarias.

### CAPÍTULO III

#### AUTORIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

##### Artículo 7.-Requisitos para el inicio de actividades

7.1 Los titulares de establecimientos de hospedaje, para el inicio de sus actividades, deberán estar inscritos en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) a que se refiere la Ley N° 26935, Ley sobre Simplificación de Procedimientos para obtener los Registros Administrativos y las Autorizaciones Sectoriales para el inicio de Actividades de las Empresas, normas complementarias y modificatorias. Asimismo deberán contar con la Licencia de Funcionamiento.

7.2 Los datos consignados y presentados por los titulares de los establecimientos de hospedaje en virtud al presente Capítulo, ante el Órgano Competente, estarán sujetos a la presunción de veracidad, siendo que el presente procedimiento es de aprobación automática, de conformidad con lo establecido en el inciso 1.16 del artículo IV del Título Preliminar y el artículo 32 de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, y sin perjuicio de la fiscalización posterior de la Administración.

##### Artículo 8.- Presentación de la Declaración Jurada de cumplimiento de requisitos mínimos y expedición de la constancia de cumplimiento de requisitos mínimos.

8.1 Los establecimientos de hospedaje que inicien operaciones y opten voluntariamente por no ostentar las clases de Hotel, Apart-Hotel y Hostal en sus diferentes categorías o Albergue, deberán presentar dentro de un plazo de treinta (30) días de iniciadas sus actividades, al Órgano Competente, una solicitud consignando la información señalada en el artículo 113 de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, anexando una Declaración Jurada en la que evidencie su condición de Establecimiento de Hospedaje e informando del cumplimiento de requisitos exigidos para Establecimientos de Hospedaje del presente Reglamento, de acuerdo al formato aprobado por el Viceministerio de Turismo del MINCETUR señalando las siguientes condiciones mínimas:

###### 8.1.1 Infraestructura

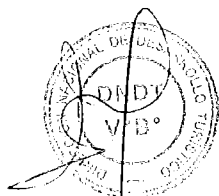
Deberán cumplir con los requisitos señalados en el artículo 5 de la Norma Técnica A.30 "Hospedaje" del Numeral III.1 Arquitectura, del Título III Edificaciones, del Reglamento Nacional de Edificaciones – RNE.

###### 8.1.2 Equipamiento

- a) Contar con teléfono de uso público, el mismo que puede ser el teléfono fijo de recepción, celular, dependiendo la zona y para uso exclusivo del huésped.
- b) Contar con un botiquín de primeros auxilios, según las especificaciones técnicas del Ministerio de Salud.
- c) Contar con sistemas que permitan tener agua fría y caliente las veinticuatro (24) horas del día, el cual no deberá ser activado por el huésped

###### 8.1.3 Servicios

- a) Deben realizar limpieza diaria de habitaciones y todos los ambientes del establecimiento.



- b) Brindar el servicio de custodia de equipaje.
- c) El cambio de sábanas y toallas debe ser regular, el huésped podrá solicitar que no se cambien regularmente de acuerdo a criterios ambientales y otros.

8.2 El Órgano Competente, en un plazo no mayor de cinco (05) días hábiles, y siempre que no hubieren observaciones sobre la información contenida en la Declaración Jurada presentada, evidenciando la condición de Establecimiento de Hospedaje e informando sobre el cumplimiento de requisitos mínimos, expedirá una Constancia según modelo aprobado por el Viceministerio de Turismo del MINCETUR, dando cuenta de la presentación de la referida Declaración Jurada y de la condición de Establecimiento de Hospedaje. La Constancia será expedida, sin perjuicio de las acciones de supervisión posterior que deberá efectuar el Órgano Competente.

La presentación de la Declaración Jurada de cumplimiento de requisitos mínimos y la expedición de la constancia es gratuita.

8.3 Los establecimientos de hospedaje que optaron voluntariamente por no ostentar las clases de Hotel, Apart-Hotel y Hostal en sus diferentes categorías o Albergue deberán presentar anualmente al Órgano Competente, la Declaración Jurada de cumplimiento de requisitos mínimos establecida en el artículo precedente, evidenciando su condición de Establecimiento de Hospedaje y dando cuenta del cumplimiento de los requisitos mínimos exigidos, señalados en el presente Reglamento.

#### **Artículo 9.- Actualización de la información para la vigencia de la Constancia**

Ante cualquier modificación de los datos contenidos en la Declaración Jurada de cumplimiento de requisitos mínimos señalados en el artículo 8, los titulares de los establecimientos están obligados a presentar una nueva Declaración Jurada debidamente actualizada. En estos casos, el plazo para informar al Órgano Competente, no será mayor a quince (15) días calendario, contados a partir de la fecha de su ocurrencia.

#### **Artículo 10.- Establecimientos de hospedaje que operan en Áreas Naturales Protegidas**

10.1 Los titulares de establecimientos de hospedaje que operen en Áreas Naturales Protegidas podrán solicitar su clasificación y/o categorización de acuerdo a lo establecido en el presente Reglamento.

10.2 En el caso de modalidades de alojamiento no previstas en el presente Reglamento, las mismas serán aprobadas por el Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas – SERNANP, de conformidad con las normas sobre la materia vigentes, previa opinión favorable de la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico, o de la que haga sus veces.

### **CAPÍTULO IV**

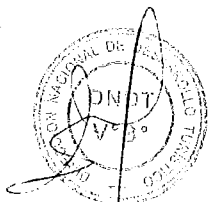
#### **EXPEDICIÓN DEL CERTIFICADO DE CLASIFICACIÓN Y/O CATEGORIZACIÓN**

##### **Artículo 11.- Certificado de clasificación y/o categorización**

El titular de un establecimiento de hospedaje interesado en ostentar las clases de Hotel, Apart-Hotel y Hostal en sus diferentes categorías, o Alberque, según corresponda, solicitará al Órgano Competente, el Certificado de Clasificación y/o Categorización, cumpliendo con los requisitos establecidos en el presente Reglamento.

##### **Artículo 12.- Requisitos de la solicitud de clasificación y/o categorización**

12.1 El titular del establecimiento de hospedaje que solicite el Certificado deberá presentar al Órgano Competente una solicitud consignando la información señalada en el artículo 113 de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, adjuntando:



- a) Formato de clasificación y/o categorización, según modelo aprobado por el Viceministerio de Turismo, en el que indicará en detalle, el cumplimiento de los requisitos y condiciones mínimas exigidos para ostentar la clase y/o categoría solicitada, señalados en los anexos del presente Reglamento;
- b) Recibo de pago por derecho de trámite.

12.2 El titular del establecimiento podrá, de estimarlo conveniente, solicitar de igual forma, el Certificado de Clasificación y/o Categorización, adjuntando a su solicitud un Informe Técnico expedido por un Calificador de Establecimientos de Hospedaje.

**Artículo 13.- Procedimiento para otorgar el Certificado cuando el solicitante presente el Formato de clasificación y/o categorización**

Recibida la solicitud con la documentación pertinente y calificada conforme por el Órgano Competente, éste procederá a realizar una inspección al establecimiento de hospedaje, a efectos de verificar el cumplimiento de los requisitos y condiciones exigidos por el presente Reglamento, para la clase y/o categoría solicitadas, cuyos resultados deberán ser objeto de un Informe fundamentado.

**Artículo 14.- Procedimiento para otorgar el Certificado cuando se presente Informe Técnico del Calificador de Establecimientos de Hospedaje**

Cuando el solicitante opte por presentar el Informe Técnico expedido por un Calificador de Establecimientos de Hospedaje, el Órgano Competente podrá prescindir de la realización de la inspección previa, siempre que el Informe Técnico del Calificador acredite el cumplimiento de los requisitos y condiciones mínimas exigidos para la clase y/o categoría solicitadas y no presente contradicciones en su forma y contenido.

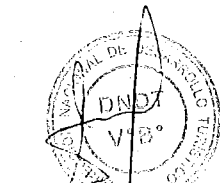
**Artículo 15.- Plazo para la atención de las solicitudes de clasificación y/o categorización**

El procedimiento y plazos para la atención de las solicitudes presentadas ante el Órgano Competente se rigen por las disposiciones de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.

**Artículo 16.- Excepciones aplicables en el proceso de clasificación y/o categorización**

16.1 El Órgano Competente, en el proceso de evaluación de las solicitudes de clasificación y/o categorización, podrá aplicar las siguientes excepciones:

- a) En el cumplimiento de los requisitos de infraestructura y equipamiento del presente Reglamento, para los establecimientos que funcionen en inmuebles declarados Patrimonio Cultural de la Nación o que se ubiquen en zonas con calificación especial del Sector Cultura, deberán adjuntar a su solicitud un Informe previo de la entidad competente del referido Sector, que declare la imposibilidad física y/o técnica de cumplir con el o los requisitos exigidos.
- b) En el cumplimiento de los requisitos de infraestructura y equipamiento del presente Reglamento, para los establecimientos que funcionen en Áreas Naturales Protegidas, calificadas como tales por el Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas - SERNANP, deberán adjuntar a su solicitud un Informe previo de la referida entidad que declare la imposibilidad física y/o técnica de cumplir con el o los requisitos exigidos.
- c) En el cumplimiento de los requisitos de infraestructura, para los establecimientos de hospedaje en funcionamiento antes de la entrada en vigencia del presente Reglamento, así como en el caso de edificaciones no construidas con fines de alojamiento, adecuadas para prestar servicio en cualquier clase y/o categoría, en cuyo caso, se aplicará, un margen de tolerancia que no podrá exceder en diez por ciento (10%) de las medidas mínimas exigidas para cada categoría, o del veinte por ciento (20%), si las áreas que son menores están compensadas con otras áreas de uso de los huéspedes.



En ambos casos, necesariamente deberán cumplir con los demás requisitos exigidos por este Reglamento. Los porcentajes de tolerancia y compensación no son acumulables.

- d) Cuando para la clasificación y/o categorización, los establecimientos de hospedaje estén obligados a tener estacionamiento privado, podrán ser eximidos total o parcialmente de cumplir este requisito en el mismo local; sin embargo, deberán contar con una playa de estacionamiento cercana a su local que permita prestar este servicio.

16.2 Para el caso de los literales a) y b) del presente numeral, la excepción es aplicable si se cuenta con opinión favorable del sector correspondiente, caso contrario, concluye los procedimientos iniciados en el marco del presente Reglamento.

16.3 En los procesos de evaluación de las solicitudes de clasificación y/o categorización, cuando los titulares de los establecimiento de hospedaje no puedan cumplir con los requisitos de infraestructura, equipamiento y servicios, por razones de ubicación, tipo, características u otras razones técnicas debidamente justificadas, podrán ser exceptuados por la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico o la que haga sus veces en el MINCETUR, para lo cual deberán presentar a dicha dependencia una solicitud adjuntando el sustento técnico respectivo.

La Dirección Nacional de Desarrollo Turístico o la que haga sus veces en el MINCETUR, comunicará los resultados al solicitante y al Órgano Competente que corresponda.

#### **Artículo 17.- Vigencia del Certificado**

17.1 El Certificado de clasificación y/o categorización tendrá una vigencia indeterminada.

17.2 El Titular del Establecimiento de Hospedaje deberá de presentar anualmente, ante el Órgano Competente, una Declaración Jurada de cumplimiento de requisitos mínimos establecidos en el Anexo de clase y categoría correspondiente, utilizando el formato según modelo aprobado por el Viceministerio de Turismo, dejando constancia que continúa cumpliendo los requisitos que sustentaron la clase y/o categoría que le fue otorgada por el Órgano Competente.

#### **Artículo 18.- Derecho a ostentar clase y/o categoría y exhibición de Placa indicativa**

18.1 La exhibición, promoción, difusión de las clases de Hotel, Apart Hotel, Albergue u Hostal y de sus categorías, según corresponda, sólo podrá efectuarse si se cuenta con o el Certificado respectivo, expedido por el Órgano Competente y siempre que se encuentre vigente.

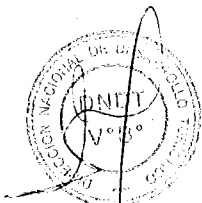
18.2 La razón social o nombre comercial de los establecimientos no deberá hacer referencia a cualquiera de las clases y/o categorías establecidas en el presente Reglamento.

18.3 Los establecimientos de hospedaje deberán mostrar en un lugar visible en el exterior del establecimiento, la placa indicativa que dé cuenta de la clasificación y/o categorización otorgada por el Órgano Competente. Dicha placa deberá cumplir con la forma y características que serán aprobadas por el Viceministerio de Turismo del MINCETUR.

#### **Artículo 19.- Directorio de establecimientos de hospedaje**

19.1 Cada Órgano Competente llevará el Directorio actualizado de los establecimientos de hospedaje clasificados y/o categorizados en el ámbito de su competencia administrativa, el mismo que deberá consignar lo siguiente:

1. Nombre o razón social del establecimiento;



2. Nombre Comercial;
3. Nombre del representante legal;
4. Número de RUC;
5. Domicilio;
6. Número de Certificado;
7. Clase;
8. Categoría (de corresponder);
9. Fecha de expedición del Certificado;
10. Capacidad instalada (número de habitaciones, camas y servicios complementarios);
11. Teléfono;
12. Correo electrónico (de ser el caso);
13. Página web (de ser el caso).

19.2 La información de los establecimientos de hospedaje será actualizada a través de la información que el administrado está obligado a comunicar al Órgano Competente.

#### **Artículo 20.- Difusión del Directorio de establecimientos de hospedaje clasificados y/o categorizados**

El Directorio de establecimientos de hospedaje clasificados y/o categorizados será difundido por el Órgano Competente y por el MINCETUR, a nivel nacional e internacional, a través de medios adecuados tales como páginas web, boletines, publicaciones u otros similares.

#### **Artículo 21.- Naturaleza de la clasificación y/o categorización**

La clasificación y/o categorización recae sobre el inmueble, equipamiento y servicios del establecimiento de hospedaje, independientemente del titular a cuyo favor se haya otorgado el Certificado correspondiente.

## **CAPÍTULO V**

### **CAMBIO DEL TITULAR DEL ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE**

#### **Artículo 22.- Cambio del Titular de los establecimientos de hospedaje.**

22.1 En caso de cambio de titular, el establecimiento de hospedaje mantiene la clase y/o categoría otorgadas en el Certificado correspondiente.

22.2 Si el nuevo titular decide seguir ostentando la clase y/o categoría otorgada al establecimiento de hospedaje, deberá solicitar al Órgano Competente, el Certificado de clasificación y/o categorización respectivo, siempre que cumpla los requisitos que sustentaron la clase y/o categoría otorgada. Para tal efecto deberá presentar una solicitud adjuntando:

- a) Declaración Jurada dando cuenta de la transferencia del establecimiento, según formato aprobado por el Viceministerio de Turismo; y,
- b) Certificado Original de clasificación y/o categorización otorgado a nombre del antiguo titular;

#### **Artículo 23.- Aprobación del Certificado de Clasificación y/o Categorización.**

23.1 La solicitud presentada conforme a lo establecido en el artículo anterior, es de aprobación automática. El Órgano Competente, en el plazo de cinco (5) días, expedirá un Certificado de clasificación y/o categorización a nombre del nuevo titular, previa cancelación del Certificado anterior.

23.2 El nuevo Certificado de clasificación y/o categorización mantendrá la fecha de expedición del Certificado original.



## CAPÍTULO VI

### DE LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS

#### **Artículo 24.- Condiciones de la infraestructura, equipamiento y servicio**

24.1 Los establecimientos de hospedaje, independientemente de su clase y/o categoría, durante su funcionamiento deberán mantener los requisitos de infraestructura, equipamiento, servicio y personal establecidos en el presente Reglamento.

24.2 La infraestructura y equipamiento deberán estar en óptimas condiciones de conservación, presentación, funcionamiento, mantenimiento, limpieza y seguridad, de modo que permitan el uso inmediato y permanente de los servicios ofrecidos desde el día que inicia sus operaciones.

24.3 Asimismo, las condiciones de servicio y personal exigidas en el presente Reglamento, deberán mantenerse en forma constante, relevando principalmente la atención oportuna y permanente del huésped.

24.4 Las ampliaciones o modificaciones de infraestructura de los establecimientos de hospedaje deberán cumplir con los requisitos exigidos en el presente Reglamento para la clase y/o categoría que ostente, debiendo ser comunicados al Órgano Competente.

#### **Artículo 25.- Información a ser facilitada a los huéspedes**

Los establecimientos de hospedaje deberán mostrar en forma visible tanto en la recepción como en las habitaciones, las tarifas, la hora de inicio y el término del día hotelero y demás condiciones del contrato de hospedaje.

#### **Artículo 26.- Registro de Huéspedes**

26.1 Es requisito indispensable para ocupar las habitaciones, la inscripción previa de los clientes en el Registro de Huéspedes, acreditando su identidad y demás información, según lo establecido en el inciso u) del artículo 4 del presente Reglamento.

26.2 El ingreso de menores de edad se efectuará en compañía de sus padres, tutores o apoderados, debidamente acreditados por la Autoridad Competente.

#### **Artículo 27.- Obligaciones y derechos de los establecimientos de hospedaje**

El titular del establecimiento de hospedaje debe cumplir las obligaciones contenidas en el artículo 28 de la Ley N° 29408, Ley General de Turismo y le son aplicables los derechos establecidos en el artículo 29 de la misma norma. Asimismo, se regirá por las disposiciones del Código Civil en lo que le sea aplicable.

#### **Artículo 28.- Suspensión de actividades**

28.1 En el caso de suspensión de actividades, el titular del establecimiento de hospedaje deberá comunicarlo al Órgano Competente.

28.2 La suspensión de actividades del establecimiento de hospedaje, implicará la suspensión de todos los derechos conexos correspondientes a su clasificación y/o categoría.



## CAPÍTULO VII DE LA SUPERVISIÓN

### **Artículo 29.- Visitas de supervisión**

El Órgano Competente tendrá la facultad de efectuar de oficio, a pedido de parte interesada o de terceros, las visitas de supervisión que considere necesarias para verificar las condiciones, requisitos, servicios mínimos y demás disposiciones del presente Reglamento.

### **Artículo 30.- Desarrollo de la supervisión**

30.1 Las labores de supervisión serán realizadas por dos inspectores, quienes representan al Órgano Competente en todas las actuaciones que realicen en el ejercicio de sus funciones. Los hechos constatados por los Inspectores serán consignados en un Acta.

En aquellos Gobiernos Regionales donde no se cuente con el personal suficiente, el Órgano Competente, podrá autorizar que las labores de supervisión se realicen con un solo supervisor.

30.2 El Acta consignará la información prevista en el artículo 156 de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General. Asimismo, describirá el establecimiento en el que se ejecuta la supervisión, señalará la clasificación y/o categoría que ostenta cuando corresponda y los servicios prestados, así como los hechos que constituirán infracciones cuando corresponda.

30.3 El acta será firmada por el titular del establecimiento de hospedaje o el personal encargado del mismo al momento de su supervisión. En caso de negativa a firmar, los inspectores dejarán constancia de tal hecho.

30.4 Una copia del acta deberá ser entregada al titular, administrador o encargado del establecimiento.

### **Artículo 31.- Valor probatorio de las Actas de Supervisión**

31.1 El Acta constituirá prueba para todos los efectos legales.

31.2 El Órgano Competente, basándose en los resultados del Acta, encausará los procedimientos para que se realicen las medidas correctivas y, en su caso, se apliquen las sanciones que correspondan.

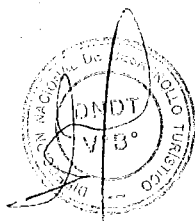
### **Artículo 32°.- Identificación de los Inspectores.**

Para iniciar las labores de supervisión, los inspectores deberán presentar al titular del establecimiento de hospedaje, a su representante o al personal encargado, la identificación otorgada por el Órgano Competente. La identificación deberá consignar los nombres, apellidos, documento de identidad, cargo que desempeña, entidad a la que representa y fotografía.

### **Artículo 33°.- Facultades de los Inspectores**

Las acciones de supervisión se ejecutan a través de los servidores públicos del Órgano Competente, debidamente acreditados, quienes están facultados para:

- a) Verificar que se preste el servicio de alojamiento;
- b) Verificar el cumplimiento de los requisitos mínimos exigidos en el presente Reglamento;
- c) Verificar las condiciones bajo las cuales se presta el servicio de alojamiento y demás servicios que brinda el establecimiento de hospedaje;
- d) Solicitar la exhibición o presentación de la documentación que dé cuenta del cumplimiento de los requisitos y condiciones establecidos en el presente Reglamento, vinculados con la actividad materia de supervisión;





- e) Citar al titular o a sus representantes, como a los trabajadores del establecimiento de hospedaje, e indagar sobre los hechos materia de la supervisión, de acuerdo a lo previsto en el presente Reglamento;
- f) Levantar actas en las que constarán los resultados de la supervisión;
- g) Recabar toda la información y medios de prueba necesarios que permitan sustentar lo señalado en el Acta de Supervisión; y,
- h) Otras que se deriven de las normas legales vigentes.

**Artículo 34.- Obligaciones del titular del establecimiento de hospedaje**

El titular del establecimiento de hospedaje objeto de supervisión se encuentra obligado a:

- a) Designar a un representante o encargado, para apoyar las acciones desarrolladas durante la supervisión. La negativa a tal designación o la ausencia del titular o del encargado, no será obstáculo para realizar la diligencia de supervisión;
- b) Permitir el acceso inmediato al establecimiento de hospedaje de los inspectores debidamente acreditados por el Órgano Competente;
- c) Proporcionar toda la información y documentación solicitada para verificar el cumplimiento de los requisitos mínimos exigidos en el presente Reglamento, dentro de los plazos y formas que establezca el Órgano Competente;
- d) Asistir a las citas convocadas por el Órgano Competente luego de efectuada la acción de supervisión para facilitar información sobre los hechos materia de la supervisión; y,
- e) Brindar a los inspectores todas las facilidades necesarias para el desempeño de sus funciones.
- f) Firmar el Acta de Supervisión.

**Artículo 35.-Apoyo de instituciones**

Para llevar a cabo las visitas de supervisión, el Órgano Competente podrá solicitar el apoyo de la Policía Nacional, así como de la autoridad municipal, sanitaria, de defensa civil y otros, según el caso lo requiera.

**DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES**

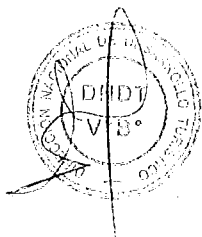
**Primera.-** Los establecimientos de hospedaje deberán cumplir con las disposiciones sobre seguridad y accesibilidad para discapacitados contenidos en la Ley General de la Persona con Discapacidad, Ley N° 29973 y en el Reglamento Nacional de Edificaciones.

**Segunda.-** Los establecimientos de hospedaje que operen en el país están obligados a presentar la Encuesta Mensual y Encuesta Económica Anual de acuerdo a los formatos y procedimientos que establezca el Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

**Tercera.-** Los restaurantes que funcionen en establecimientos de hospedaje de cinco y cuatro estrellas, deberán cumplir con los requisitos establecidos para la categoría de cinco y cuatro tenedores en el Reglamento de Restaurantes vigente, en lo que corresponda.

**Cuarta.-** Las infracciones y sanciones relacionadas con las normas de protección al consumidor, se someterán a lo dispuesto en la Ley N° 29571 que aprueba el Código de Protección y Defensa del Consumidor, por lo que serán atendidas y resueltas por la Comisión de Protección al Consumidor del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI.

De igual forma, las infracciones y sanciones relacionadas con las Normas de Publicidad, se someterán a lo dispuesto en el Decreto Legislativo N° 1044, que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal, por lo que serán atendidas y resueltas por la Comisión de Represión de la Competencia Desleal del INDECOPI.



**Quinta.-** El ingreso de objetos, bienes de propiedad del huésped al establecimiento de hospedaje, así como su custodia, se rige por las disposiciones del Código Civil.

**Sexta.-** Los establecimientos de hospedaje que ofrecen el servicio de movilidad a sus huéspedes desde los terminales al establecimiento o hacia otros lugares, deberán cumplir con los requisitos exigidos en el Reglamento Nacional de Transportes.

**Séptima.-** En todo lo no previsto en el presente Reglamento, resulta aplicable la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, la Ley N° 28868, Ley que faculta al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo a tipificar infracciones por vía reglamentaria en materia de prestación de servicios turísticos y la calificación de establecimientos de hospedaje y establece las sanciones aplicables y su Reglamento, aprobado por Decreto Supremo N° 007-2007-MINCETUR.

**Octava.-** Respecto a la aplicación del presente Reglamento, el MINCETUR dentro del ejercicio de su autonomía y competencias propias, mantendrá relaciones de coordinación, cooperación y apoyo mutuo, en forma permanente y continua con los Gobiernos Regionales.

**Novena.-** Los establecimientos de hospedaje a los cuales se les haya cancelado el Certificado de Clasificación y/o Categorización y deseen seguir prestando el servicio de hospedaje, deberán presentar al Órgano Competente, dentro de un plazo de treinta (30) días contados a partir de la notificación de la Cancelación, una solicitud consignando la información señalada en el artículo 113 de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, anexando una Declaración Jurada en la que evidencie su condición de Establecimiento de Hospedaje e informando del cumplimiento de requisitos exigidos para Establecimientos de Hospedaje del presente Reglamento, de acuerdo al formato aprobado por el Viceministerio de Turismo del MINCETUR.

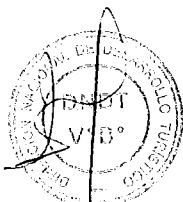
#### DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS TRANSITORIAS

**Primera.-** Los establecimientos de hospedaje que cuenten con el Certificado de Clasificación y/o Categorización expedido por el MINCETUR o por el Órgano Competente, vigente, antes de la entrada en vigencia del presente Reglamento, mantendrán su clasificación y/o categorización, siempre que mantengan los requisitos de infraestructura, equipamiento, servicio y personal que sustentaron la misma al momento de la expedición del Certificado vigente.

**Segunda.-** Los establecimientos de hospedaje que se encuentren en funcionamiento a la fecha de promulgación del presente Reglamento que optaron por no clasificarse y/o categorizarse y cumplieron con presentar la Declaración Jurada ante el Órgano Competente, podrán seguir prestando sus servicios, siempre que cumplan las condiciones mínimas que fueron sustentadas en la Declaración Jurada respectiva.

**Tercera.-** La disposición establecida en el numeral 18.2 del artículo 18 del presente Reglamento es aplicable para aquellos establecimientos de hospedaje que inicien sus actividades con fecha posterior a la promulgación del presente Reglamento, sin perjuicio de las acciones de fiscalización que INDECOPI, en el marco de sus competencias, pudiera efectuar.

**Cuarta.-** Las solicitudes de clasificación y/o categorización en trámite a la dación del presente Reglamento serán evaluadas de acuerdo a los requisitos establecidos en el Reglamento de Establecimientos de Hospedaje aprobado por Decreto Supremo N° 029-2004-MINCETUR o por el presente Reglamento, en lo que sea más conveniente para el administrado.



**Quinta.-**Las funciones establecidas en el artículo 6 del presente Reglamento serán ejercidas por la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico o la que haga sus veces en el MINCETUR, en Lima Metropolitana, hasta que la Municipalidad Metropolitana de Lima cumpla con los requisitos y procedimientos para la transferencia de funciones en materia de turismo, de conformidad con las normas sobre descentralización vigentes.



**ANEXO N° 1 - HOTEL**  
**A. REQUISITOS MINIMOS DE INFRAESTRUCTURA**

Deberán cumplir con el ANEXO 1 de la Norma Técnica A.30 Hospedaje del Numeral III.1 Arquitectura, del Título III Edificaciones, del Reglamento Nacional de Edificaciones-RNE.<sup>1</sup>

**B. REQUISITOS MINIMOS DE EQUIPAMIENTO**

REQUISITOS	5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella
<b>Generales</b>					
Custodia de valores (individual en la habitación o caja fuerte común)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
Internet	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
<b>En habitaciones</b>					
Frigobar	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
Televisor	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Teléfono con comunicación nacional e internacional	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio

- En el caso de los requisitos de teléfono, televisor, internet u otros similares, se tendrá en cuenta la disponibilidad de la señal respectiva en el lugar donde se ubique el Hotel.

**C. REQUISITOS MINIMOS DE SERVICIO**

REQUISITOS	5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella
<b>Generales</b>					
Limpieza diaria de habitaciones y de todos los ambientes del Hotel	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Servicio de lavado y planchado (1)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
Servicio de llamadas, mensajes internos y contratación de taxis	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
Servicio de custodia de equipaje	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Primeros auxilios (2)	Obligatorio	Obligatorio	Botiquín	Botiquín	Botiquín
<b>Habitaciones</b>					
Atención en habitación (room service)	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
Cambio regular de sábanas y toallas diario y cada cambio del huésped (3)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio

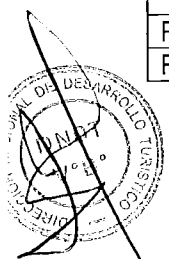
- (1) Servicio prestado en el Hotel o a través de terceros.  
 (2) Para las categorías de 4 y 5 estrellas el servicio puede ser brindado en el mismo local o a través de terceros. En caso se requiera botiquín, este deberá contar con las especificaciones técnicas del Ministerio de Salud.  
 (3) El huésped podrá solicitar que no se cambien regularmente de acuerdo a criterios ambientales u otros.

**D. REQUISITOS MINIMOS DE PERSONAL**

REQUISITOS	5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella
Personal calificado (1)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
Personal uniformado las 24 horas	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-

- (1) Definición contenida en el Reglamento.

<sup>1</sup> Decreto Supremo N° 006-2014-VIVIENDA que modifica el Título III del Reglamento Nacional de Edificaciones y aprueba la Norma Técnica A.030 Hospedaje.



**ANEXO N° 2 – APART- HOTEL**  
**A. REQUISITOS MINIMOS DE INFRAESTRUCTURA**

Deberán cumplir con el ANEXO 2 de la Norma Técnica A.30 Hospedaje del Numeral III.1 Arquitectura, del Título III Edificaciones, del Reglamento Nacional de Edificaciones-RNE.<sup>2</sup>

**B. REQUISITOS MINIMOS DE EQUIPAMIENTO**

REQUISITOS	5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas
<b>Generales</b>			
Custodia de valores (individual en el departamento o caja fuerte común)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Internet	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
<b>En habitaciones</b>			
Televisor	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Teléfono con comunicación nacional e internacional	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio

- En el caso de los requisitos de teléfono, televisor, internet u otros similares, se tendrá en cuenta la disponibilidad de la señal respectiva en el lugar donde se ubique el Apart-Hotel.

**C. REQUISITOS MINIMOS DE SERVICIO**

REQUISITOS	5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas
<b>Generales</b>			
Limpieza diaria de departamentos y de todos los ambientes del Apart Hotel	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Servicio de lavado y planchado (1)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Servicio de llamadas, mensajes internos y contratación de taxis	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Servicio de custodia de equipaje	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Primeros auxilios (2)	Obligatorio	Obligatorio	Botiquín
<b>En habitaciones</b>			
Cambio regular de sábanas y toallas como mínimo diario y cada cambio del huésped (3)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio

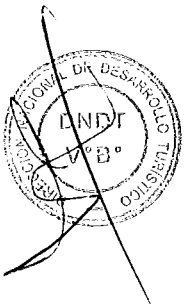
- (1) Servicio prestado en el Apart Hotel o a través de terceros.  
 (2) Para las categorías de 4 y 5 estrellas el servicio puede ser brindado en el mismo local o a través de terceros. En caso se requiera botiquín, este deberá contar con las especificaciones técnicas del Ministerio de Salud.  
 (3) El huésped podrá solicitar que no se cambien regularmente de acuerdo a criterios ambientales u otros.

**D. REQUISITOS MINIMOS DE PERSONAL**

REQUISITOS	5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas
Personal calificado (1)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Personal uniformado las 24 horas	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio

- (1) Definición contenida en el Reglamento.

<sup>2</sup> Decreto Supremo N° 006-2014-VIVIENDA que modifica el Título III del Reglamento Nacional de Edificaciones y aprueba la Norma Técnica A.030 Hospedaje.



**ANEXO N° 3 - HOSTAL**  
**A. REQUISITOS MINIMOS DE INFRAESTRUCTURA**

Deberán cumplir con el ANEXO 3 de la Norma Técnica A.30 Hospedaje del Numeral III.1 Arquitectura, del Título III Edificaciones, del Reglamento Nacional de Edificaciones-RNE.<sup>3</sup>

**B. REQUISITOS MINIMOS DE EQUIPAMIENTO**

REQUISITOS	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella
<b>Generales</b>			
Internet	Obligatorio	-	-
Caja fuerte en recepción	Obligatorio	-	-
<b>En habitaciones</b>			
Televisor	Obligatorio	-	-

— En el caso de requisitos de televisor, internet u otros similares, se tendrá en cuenta la disponibilidad de la señal respectiva en el lugar donde se ubique el Hostal.

**C. REQUISITOS MINIMOS DE SERVICIO**

REQUISITOS	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella
<b>Generales</b>			
Limpieza diaria de habitaciones y de todos los ambientes del Hostal	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Servicio de custodia de equipaje	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Primeros auxilios (1)	Botiquín	Botiquín	Botiquín
<b>En habitaciones</b>			
Cambio regular de sábanas y toallas (2)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio

(1) Deberá contar con las especificaciones técnicas del Ministerio de Salud.

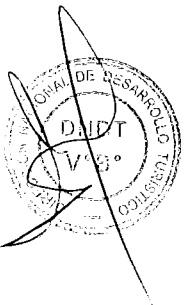
(2) El huésped podrá solicitar que no se cambien regularmente de acuerdo a criterios ambientales y otros.

**D. REQUISITOS MINIMOS DE PERSONAL**

REQUISITOS	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella
Personal calificado (1)	Obligatorio	-	-
Personal uniformado las 24 horas	Obligatorio	-	-

(1) Definición contenida en el Reglamento.

<sup>3</sup> Decreto Supremo N° 006-2014-VIVIENDA que modifica el Título III del Reglamento Nacional de Edificaciones y aprueba la Norma Técnica A.030 Hospedaje.



**ANEXO N° 4 - ALBERGUE**  
**A. REQUISITOS MINIMOS DE INFRAESTRUCTURA**

Deberán cumplir con el ANEXO 4 de la Norma Técnica A.30 Hospedaje del Numeral III.1 Arquitectura, del Título III Edificaciones, del Reglamento Nacional de Edificaciones-RNE.<sup>4</sup>

**B. REQUISITOS MINIMOS DE EQUIPAMIENTO**

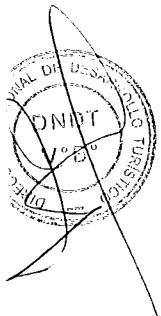
<b>REQUISITOS</b>	
<b>Generales</b>	
Internet	Obligatorio

- En el caso de requisitos de internet u otros similares, se tendrá en cuenta la disponibilidad de la señal respectiva en el lugar donde se ubique el Albergue.

**C. REQUISITOS MINIMOS DE SERVICIO**

<b>REQUISITOS</b>	
<b>Generales</b>	
Limpieza diaria de habitaciones y de todos los ambientes del Albergue	Obligatorio
Primeros auxilios (1)	Botiquín
Cambio regular de sábanas y toallas (2)	Obligatorio

- (1) Deberá contar con las especificaciones técnicas del Ministerio de Salud.
- (2) El huésped podrá solicitar que no se cambien regularmente de acuerdo a criterios ambientales u otros.



<sup>4</sup> Decreto Supremo N° 006-2014-VIVIENDA que modifica el Título III del Reglamento Nacional de Edificaciones y aprueba la Norma Técnica A.030 Hospedaje.

**Anexo 9: Evidencia de la propuesta**

# MANUAL DE CALIDAD DE SERVICIO INTERNO





# ÍNDICE

## **CAPÍTULO I: GENERALIDADES**

PRESENTACIÓN	05
OBJETIVOS	06
ASPECTOS GENERALES	07

## **CAPÍTULO II: MANUAL DE CALIDAD DE SERVICIO INTERNO**

Reglamento de establecimiento de hospedaje	09
Técnicas de selección y capacitación de personal para atención al público	10
Herramientas para la contratación y retención de personal	10
Mapa de procesos de un hotel	11
Auditorías internas	11
Departamento de Recepción	12
Departamento de Reservas	14
Departamento de Housekeeping	15
Departamento de Lavandería	17
Salón de conferencia	18

## **CAPÍTULO III: CULTUR Y EL SISTEMA APLICADO DE BUENAS PRÁCTICAS**

Establecimientos de Hospedaje como sistema	20
Beneficios del sistema de calidad	20
Definición CULTUR	21
Objetivo General	21
Objetivos Específicos	22
Sistema de aplicación de SABP	23
SABP – Fases	23
SABP – Beneficios para la empresa	24

**CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS**

Conclusiones	26
Sugerencias	27

**ANEXOS**

Anexo 1: Manejo de Quejas	28
Anexo 2: Modelo de Tarjeta de Sugerencias/Comentarios	29
Anexo 3: Modelos de Encuesta de Satisfacción al Cliente	30
Anexo 4: Modelo de Encuesta SERVQUAL	31
Anexo 5: Cartilla SABP 2016	32
Anexo 6: Encuesta para determinar las principales características del cliente	35

**REFERENCIAS**

## **CAPÍTULO I**

### **GENERALIDADES**

## 1. PRESENTACION

El presente Manual de Calidad de Servicio interno correspondiente a la categoría dos estrellas, ha sido elaborado, gracias a la investigación que tiene como objetivo fundamental: Proponer un plan para mejorar la calidad de servicio del Hotel Perú Pacífico en Jesús María, 2017.

La presente investigación está dividida en cuatro capítulos: En el primer capítulo se expone la presentación, introducción, objetivos y aspectos generales. En el segundo capítulo se presenta el Reglamento de establecimiento de hospedaje, Técnicas de selección y capacitación de personal para atención al público, Departamento de Recepción, Departamento de Reservas y Departamento de Housekeeping. El tercer capítulo corresponde a Caltur y el sistema aplicado de buenas prácticas que abarca la Definición CALTUR, Objetivos del programa, Conceptualización e importancia de Buenas Prácticas. El cuarto capítulo presenta las conclusiones y sugerencias, para finalizar en los anexos se detalla el capítulo ocho donde se detallan las referencias bibliográficas.

## 2. OBJETIVOS

### OBJETIVO GENERAL:

El objetivo del presente Manual de Calidad de Servicio, es orientar a las empresas dedicadas al rubro de establecimientos de hospedaje específicamente a hoteles de categoría 2 estrellas, sobre cómo establecer acciones estandarizadas dentro del servicio ofrecido, que permita una relación de satisfacción con sus clientes en base al empleo de herramientas y criterios mínimos de calidad.

### OBJETIVOS ESPECIFICOS:

Establecer las características que se dan en el servicio turístico de hospedajes respetando el Reglamento de Hospedaje e implementando el SABP Y el Modelo SERVQUAL.

Conocer la opinión del personal sobre su capacitación y los beneficios para mejorar sus competencias laborales.

Comparar la atención brindada por el servicio con la opinión expresada por los huéspedes.

### 3. ASPECTOS GENERALES

#### ¿Qué es calidad?

“la calidad es el conjunto de características que le confieren al producto los atributos necesarios para satisfacer necesidades.



#### ¿Qué es calidad de servicios turísticos?

Las investigaciones de calidad estuvieron por mucho tiempo dirigidas a las características de los productos (aspectos tangibles); la evolución de este concepto lleva al desarrollo de conceptos de calidad del servicio, dirigido a empresas que proveen servicios como es el caso de las empresas turísticas.



#### ¿Cómo logro la calidad turística?

Sabemos que nuestra empresa brinda calidad cuando exista satisfacción del cliente en cada una de estas.

**CAPÍTULO II**

**MANUAL DE CALIDAD DE SERVICIO INTERNO**

## REGLAMENTO DE ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE

De acuerdo al Reglamento de Establecimiento de Hospedaje, (Decreto Supremo N° 029-2004-Mincetur), un Establecimiento de Hospedaje, es el lugar destinado a prestar habitualmente servicio de alojamiento no permanente, para que sus huéspedes, pernocten en el local

### A. REQUISITOS MINIMOS DE INFRAESTRUCTURA

Deberán cumplir con el ANEXO 1 de la Norma Técnica A.30 Hospedaje del Numeral III.1 Arquitectura, del Título III Edificaciones, del Reglamento Nacional de Edificaciones- RNE

### B. REQUISITOS MINIMOS DE EQUIPAMIENTO

REQUISITOS	2 estrellas
Custodia de valores (individual en la habitación o caja fuerte común	
Internet	<b>Obligatorio</b>
<b>En habitaciones</b>	
Frigo bar	
Televisor	<b>Obligatorio</b>
Teléfono con comunicación nacional e internacional	<b>Obligatorio</b>

#### Observación:

En el caso de los requisitos de teléfono, televisor, internet u otros similares, se tendrá en cuenta la disponibilidad de la señal respectiva en el lugar donde se ubique el Hotel.

### C. REQUISITOS MINIMOS DE SERVICIO

REQUISITOS	2 estrellas
<b>Generales</b>	
Limpieza diaria de habitaciones y de todos los ambientes del Hotel	<b>Obligatorio</b>
Servicio de lavado y planchado	
Servicio de llamadas, mensajes internos y contratación de taxis	
Servicio de custodia de equipaje	<b>Obligatorio</b>
Primeros auxilios	<b>Botiquín</b>
<b>Habitaciones</b>	
Atención en habitación (room service)	
Cambio regular de sábanas y toallas diario y cada cambio del huésped(3)	<b>Obligatorio</b>

### D. REQUISITOS MINIMOS DE PERSONAL

REQUISITOS	2 estrellas
Personal calificado	
Personal uniformado las 24 horas	



### TÉCNICAS DE SELECCIÓN Y CAPACITACIÓN DE PERSONAL PARA ATENCIÓN AL PÚBLICO

El recurso humano es sumamente importante en la consecución de la calidad. El recurso humano es prácticamente lo único que la competencia no puede copiar, por lo que es un bien invaluable. En empresas de servicios, esto cobra mayor relevancia porque el personal interactúa con el cliente.

Existen dos tipos de personal para una empresa de servicios:

Personal de Front Desk o de atención directa al público.

Personal de Back Office, o de soporte en la atención al cliente.

A este respecto, existen algunas prácticas que aseguran que el manejo de personal cumpla con los requerimientos de calidad que actualmente debe tener cualquier empresa de servicios.

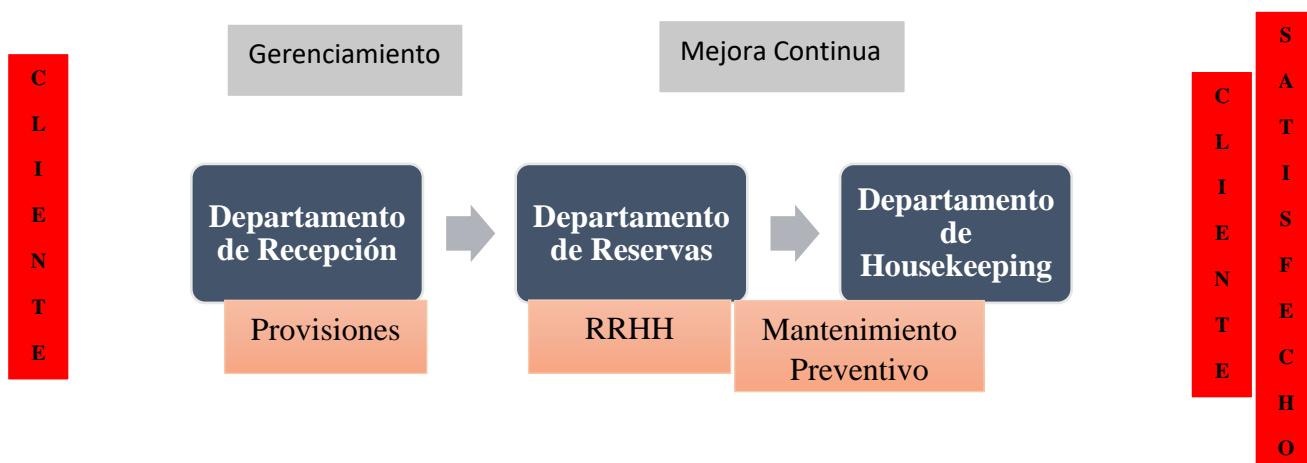
### Herramientas para la contratación y retención de personal

Hay muchas herramientas que permiten un logro sostenido de la calidad a través de la labor (Recursos Humanos o del Capital Humano). Entre las principales evaluaremos:



## Mapa de procesos de un hotel

Una vez determinados los requisitos necesarios, se procede a elaborar el “Mapa de procesos”; los procesos deben ser debidamente clasificados acorde a los objetivos de satisfacción y rentabilidad que persiguen cada hotel, por ello no existe un mapa de procesos modelo sino que cada hotel posee uno propio.



## Auditorías internas

La auditoría de la calidad es aquella que evalúa todos los elementos del sistema de calidad, los cuales deben estar acorde a las bases y planes establecidos por la dirección del hotel. Este tipo de auditoría debe realizarse en periodos de tiempo regulares en función de la situación del hotel.

### Objetivos:

- Descubrir deficiencias o irregularidades de la empresa y apuntar hacia sus posibles soluciones.
- Auxiliar a la dirección para lograr que la administración sea óptima.

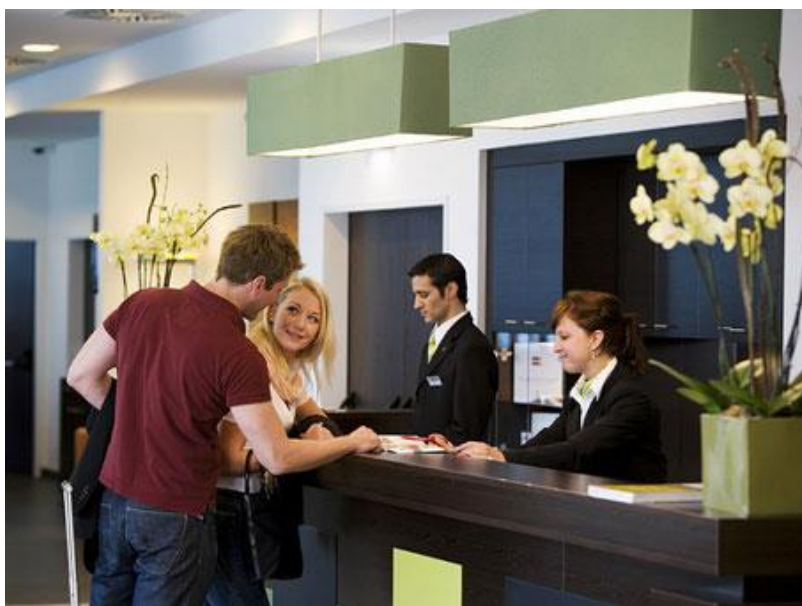


DEPARTAMENTO DE  
RECEPCIÓN (FRONT DESK)



ORGANIGRAMA  
DE RECEPCIÓN

**Observación:** Cada hotel según sea su organización tiene su propio organigrama.



**PERFIL: RECEPCIONISTA**

- Persona que da la bienvenida a los huéspedes a su llegada al hotel.

**FUNCIONES GENERALES**

- Recepción del público mediante un trato cortés y amable.

**FUNCIONES ESPECÍFICAS**

**Antes:**

- Buena presentación
- Verificar el registro de huéspedes

**Durante:**

- Recibir al huésped
- Realizar el check in
- Resolver inquietudes

**Después:**

- Realizar el check out al huésped
- Despedida amable



**DEPARTAMENTO  
DE  
RESERVAS (BACK OFFICE)**



<b>PERFIL: RESERVACIONISTA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persona cordial, comunicativa y con capacidad de decisión.</li> </ul>
<b>FUNCIONES GENERALES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer con profundidad el producto del hotel que se va ofrecer.</li> </ul>
<b>FUNCIONES ESPECÍFICAS</b>
<p><b>Antes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verificar las reservas del día anterior.</li> </ul>
<p><b>Durante:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ante el llamado de un potencial pasajero detectar rápidamente su necesidad y ofrecerle la mejor opción que tiene el hotel.</li> <li>• Derivar la información a los departamentos correspondientes a efectos de planificar su estadía.</li> </ul>
<p><b>Después:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dejar un registro de reservaciones del día y comunicar a las diferentes áreas.</li> </ul>

DEPARTAMENTO  
DE  
HOUSE KEEPING



**Ama de llaves**



**Camarera de pisos**



**Mantenimiento**



<b>PERFIL: CAMARERA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persona con capacidad de planeación, supervisión, dirección y control.</li> </ul>
<b>FUNCIONES GENERALES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargada/o de realizar la limpieza y puesta a punto de las habitaciones.</li> </ul>
<b>FUNCIONES ESPECÍFICAS</b>
<p><b>Antes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recibir la información adecuada sobre el estado de las habitaciones y preparar el material, maquinaria, productos y utensilios para el comienzo del desarrollo del trabajo.</li> </ul>
<p><b>Durante:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Limpiar y arreglar las habitaciones de los clientes, y áreas colindantes, y comprobar el buen estado de las instalaciones y del mobiliario.</li> </ul>
<p><b>Después:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Finalizar el trabajo con la recogida y limpieza de equipos, materiales, etc, comprobando que queda en perfecto estado, para mantener una buena imagen del área.</li> </ul>



**DEPARTAMENTO  
DE  
LAVANDERÍA**

**PERFIL: RESERVACIONISTA**

- Persona con capacidad de gestionar y dirigir el área de lavandería - lencería.

**FUNCIONES GENERALES**

- Persona que se ocupa de la limpieza, lavado, higiene y clasificación de la lencería de la ropa del personal y de las prendas de los huéspedes que se alojan en ellos.

**FUNCIONES ESPECÍFICAS**

**Antes:**

- Se asegura de que las prendas que llegan a la lavandería estén identificadas con su código correspondiente para poder retornarlas al destino correctamente.

**Durante:**

- Identifica los posibles daños o manchas.
- Carga y descarga las lavadoras y secadoras.

**Después:**

- Cuenta y clasifica los artículos antes de devolverlos a los clientes o dependencias.
- Se ocupa de doblar, empaquetar y presentar las prendas una vez lavadas y planchadas





## SALÓN DE CONFERENCIA

### LA SALA DE CONFERENCIAS

- Dicha sala deberá de ser un lugar espacioso y con suficiente ventilación. También debe contar con una buena entrada de luz y cortinas por si se realizarán proyecciones.

### MOBILIARIO

- Una vez que tenemos ya la sala de conferencias, debemos asegurarnos de que no falte el mobiliario necesario, la cantidad de sillas necesarias para los asistentes.

### MESA DE CONFERENCIA

#### Antes:

- Sobre ella irán micrófonos, de acuerdo al número de expositores, vasos con agua y letreros plásticos con sus respectivos nombres mirando al público. No coloques ramos de flores, banderas, trofeos u otros objetos sobre la mesa pues distraerás al público e impedirás la visión del expositor.
- Si hay flores deberán ir al pie de la mesa.

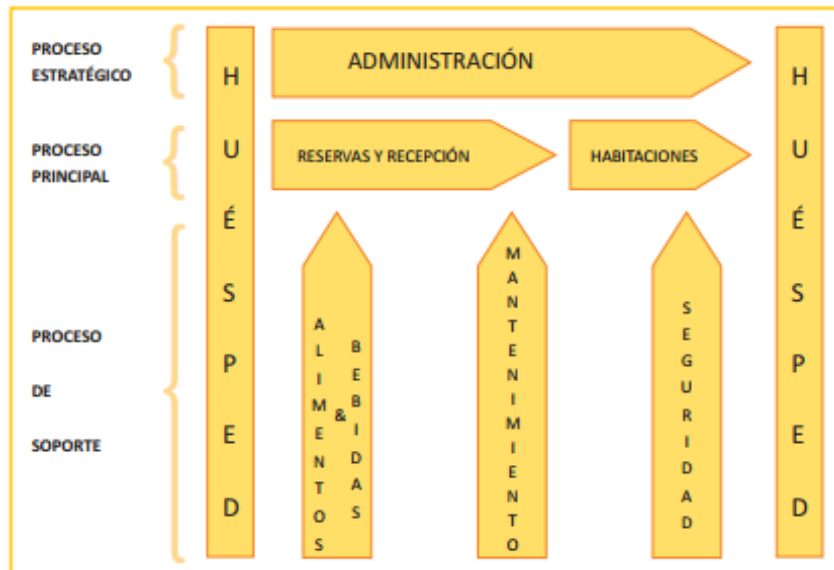
### HERRAMIENTAS MULTIMEDIAS

- El cableado y extensiones, el equipo (PC o Laptop) deben estar debidamente dispuestos, así como un proyector y ecran. Haz pruebas con ellos horas antes del gran momento.

### **CAPITULO III**

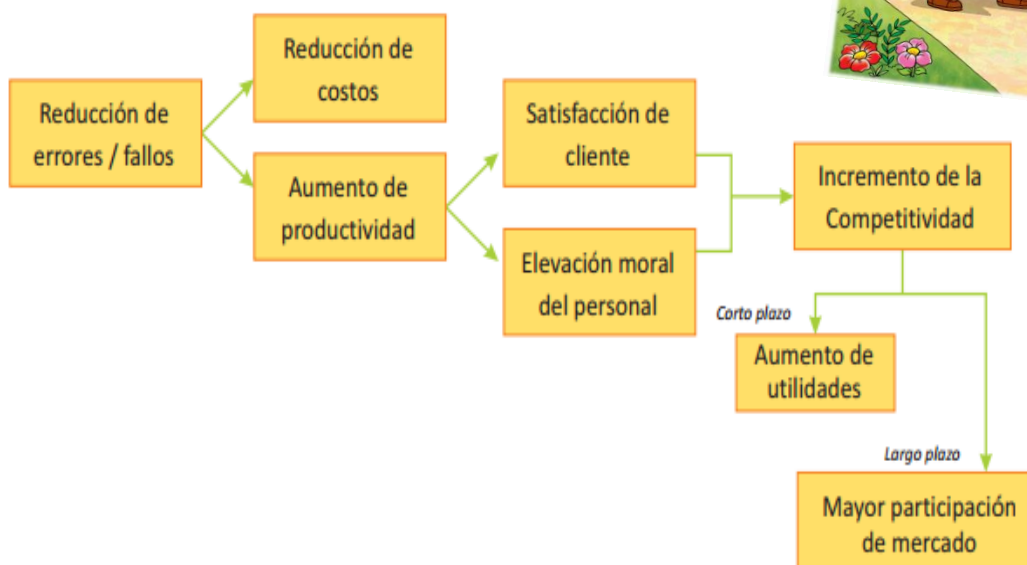
## **CALTUR Y EL SISTEMA APLICADO DE BUENAS PRÁCTICAS**

**Establecimientos de Hospedaje como sistema**



Fuente: Manual de Buenas Prácticas para Establecimientos de Hospedaje (Personal Administrativo y Posiciones Operativos)- MINCETUR

**Beneficios del sistema de calidad**



Fuente: Seis Sigma. Gómez, F., 2002



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Viceministerio de Turismo

Dirección Nacional de Desarrollo Turístico

## CALTUR

Es un componente transversal del Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR, que recoge sus conceptos y valores y que constituye la principal herramienta para mejorar la posición del Perú como destino turístico a nivel internacional, reconocido por la calidad total de su oferta turística.



## CALTUR – OBJETIVO GENERAL



Al 2018:

Consolidar un posicionamiento líder del país como un destino reconocido por la calidad total de su oferta turística, que se traducirá en la mejora de la calidad de vida de sus poblaciones anfitrionas, en el aumento sostenido y controlado de sus flujos turísticos, en el aprovechamiento sostenible del patrimonio natural y cultural de la Nación, en el incremento significativo del ingreso de divisas por turismo y en la rentabilidad de las empresas turísticas



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Viceministerio  
de Turismo

Dirección Nacional  
de Desarrollo Turístico

## **CALTUR – OBJETIVOS ESPECIFICOS**

### **OBJETIVO ESPECIFICO 1:**

Recursos humanos competentes constituyen la base de la gestión de la oferta turística a todo nivel

### **OBJETIVO ESPECIFICO 2:**

Prestadores de servicios turísticos aplican las buenas prácticas empresariales y desarrollan su actividad con responsabilidad social y respeto por el patrimonio natural y cultural.

### **OBJETIVO ESPECIFICO 3:**

Sitios turísticos se manejan con criterio de uso público sostenible, disponen de servicios y facilidades adecuadas y constituyen productos atractivos y competitivos

### **OBJETIVO ESPECIFICO 4:**

Destinos turísticos principales con seguridad para el visitante y se manejan con una óptima gestión.

## SISTEMA DE APLICACIÓN DE BUENAS PRACTICAS - SABP



**Prestadores de Servicios Turísticos**

**Aplicación de buenas prácticas de gestión de servicio**

- Reconocer la importancia de prestar servicios de calidad
- Fomentar la implementación de procesos de mejora continua
- Generar el desarrollo de una cultura de calidad
- Sentar las bases para el otorgamiento de un Sello de Calidad

**RUBROS DE NEGOCIO**

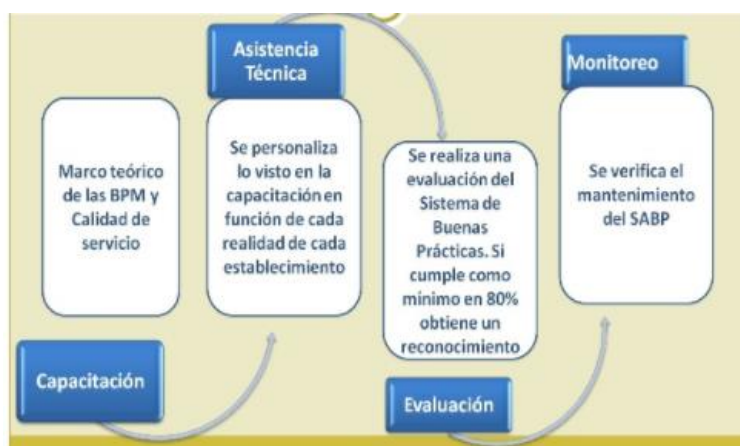


**PERÚ** Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Viceministerio de Turismo

Dirección Nacional de Desarrollo Turístico

### SABP: LAS FASES



### SABP – BENEFICIOS PARA LA EMPRESA

Usando una escala del 01 al 10, en donde 01 significa “totalmente en desacuerdo” y 10 significa “totalmente de acuerdo”. ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está usted en que los siguientes aspectos han mejorado gracias a la aplicación?



**CAPITULO IV**

**SUGERENCIAS**



## Sugerencias

- Primera:** Trabajar más en el aspecto de difusión a nivel local, regional y nacional, sobre los beneficios de esta herramienta, dando a conocer a las empresas de servicios de hospedaje correspondiente a la categoría 2 estrellas.
- Segunda:** Proponer que la capacitación se imparta de manera más personalizada de acuerdo a cada Área o Departamento del Hotel.
- Tercera:** Comprometer a las empresas de hospedaje que ofrezcan formación constante a sus colaboradores.

**ANEXOS**

**ANEXO 1: Manejo de Quejas**

Procedimiento para el tratamiento de quejas

Paso	Acción
1	Saludo y actitud de escucha al reclamo del cliente.
2	Solicitar disculpas al cliente, sin culpar a terceros.
3	Agradecer al cliente por transmitir su problema (siempre es mejor que el cliente transmita la queja a un empleado que a otro cliente).
4	Identificar el núcleo del problema y clasificarlo en: <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Menor: Puede ser fácilmente solucionado por Recepción. Ejemplo: Falta de jabón en una habitación.</li> <li>b) Serio: Puede ser resuelto por Recepción, pero con grado de dificultad. Ejemplo: una habitación que se asigna a un segundo cliente.</li> <li>c) Grave: Necesita ser transmitido Administración. Ejemplo: pérdida de una prenda en lavandería.</li> <li>d) Neutro: Externo, sólo podemos mostrar nuestra empatía y apoyo, por ejemplo: pérdida de la cámara de fotos en un taxi.</li> </ul>
5	Brindar explicación (si hubiera) y alternativa de solución o compensación al cliente. En caso de compensación se puede otorgar: un descuento en la tarifa de la habitación, una cena gratis, traslado al aeropuerto, up-grade(una habitación de mayor precio que el contratado), etc.
6	Luego de la decisión del cliente, comunicar instrucciones a quien corresponda.
7	Comprobar que medidas de solución fueron puestas en práctica.
8	Comprobar que el cliente se encuentre satisfecho.
9	Registrar el problema en el reporte diario de quejas y solicitudes <sup>30</sup> ; así como, en el libro de incidencias. Comunicarlo a Administración.

Modelo de Reporte Diario de Quejas y Solicitudes

**HOTEL XYZ**  
★★

Fecha: \_\_\_\_\_

**REPORTE DIARIO DE QUEJAS Y SOLICITUDES**

Hora	Cuarto	Nombre del Huésped	Agencia de Viajes (si aplica)	Motivo	Observaciones	Reporta a:	Seguimiento	Recepcionista

**NOTA IMPORTANTE:** Favor de entregarlos al Responsable de Recepción en cada cambio de turno.

ANEXO 2: Modelo de Tarjeta de Sugerencias/Comentarios

<b>HOTEL XYZ</b> ★★	<b>TARJETA DE SUGERENCIAS/COMENTARIOS</b>
<p>Las sugerencias y los comentario son muy importantes para nosotros. Por ello, quisiéramos saber qué opinas sobre tu estadia y si tienes alguna recomendación para mejorar nuestro servicio. Por favor, háznolos saber en estas líneas. Gracias</p>	
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>	
<p>Su nombre (Opcional): _____</p>	
<p>Nº Habitación: _____</p>	<p>Fecha: _____</p>

**ANEXO 3: Modelos de Encuesta de Satisfacción al Cliente**

**Encuesta de Satisfacción**

**¡Su opinión es importante para nosotros!**

A fin de poder atenderlo mejor, por favor complete las siguientes preguntas en los espacios indicados:

1. En una escala del 1 al 5, donde 1 es muy malo y 5 es muy bueno, cómo calificaría el servicio brindado en cuanto a:

	Muy Malo	Malo	Ni bueno ni malo	Bueno	Muy Bueno	No Uso No Aplica
La atención recibida en la recepción	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/>
La atención recibida por los botones	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/>
La comodidad de la habitación	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/>
El servicio de agua caliente	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/>
Seguridad	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/>
El servicio de limpieza de la habitación	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/>
El servicio de restaurante	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/>
Las otras instalaciones (bar, piscina, estacionamiento, etc.)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/>
La relación precio/calidad del servicio	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/>

2. En general, en una escala del 1 al 5, donde 1 es muy malo y 5 es muy bueno, cómo calificaría la calidad del servicio brindado

	Muy Malo	Malo	Ni bueno ni malo	Bueno	Muy Bueno	No Uso No Aplica
Calidad del servicio	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/>

3. En general, recomendaría Usted los servicios de esta empresa a algún amigo o familiar.

Definitivamente lo recomendaría	Probablemente lo recomendaría	Probablemente no lo recomendaría	Definitivamente no lo recomendaría
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

¿Por qué?

¡Muchas Gracias!

---



---



---

**ANEXO 4: Modelos de Encuesta SERVQUAL**

**FICHA DE ENCUESTA**

Mi nombre es Carmen Michell Barrientos Sanchez, egresada de la carrera de Administración en Turismo y Hotelería de la Universidad Norbert Wiener,

**INFORMACIÓN PERSONAL:**

Género: Masculino  Femenino  Edad: \_\_\_\_ años.




**INSTRUCCIONES:**

- Para servirle mejor, nos gustaría conocer su opinión acerca de la calidad de servicio del hotel Perú Pacífico, y marque con un X del 1 al 5 según lo siguiente:

- (1) En Completo desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Indiferente
- (4) De acuerdo
- (5) Totalmente de acuerdo

Nº	ITEMS	ESCALA				
		1	2	3	4	5
	<b>SUB CATEGORÍAS</b>					
	<b>ELEMENTOS TANGIBLES</b>	1	2	3	4	5
1	El hotel cuenta con una infraestructura en buen estado.					
2	Las instalaciones físicas del hotel son visualmente atractivas.					
3	Los empleados del hotel tienen aspecto pulcro y limpio.					
4	Las instalaciones físicas y habitaciones están limpias.					
5	El material asociado con el servicio es de apariencia atractiva.(folletos, tarjetas de contacto).					
	<b>FIABILIDAD</b>	1	2	3	4	5
6	El personal cumple lo que promete a tiempo.					
7	El personal presta los servicios en el momento que se comprometió a hacerlo.					
8	El hotel proporciona servicios conforme a como se compromete hacerlo en la publicidad.					
9	El personal muestra interés por resolver los problemas del huésped.					
	<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>	1	2	3	4	5
10	Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los huéspedes.					
11	Los empleados del hotel ofrecen un servicio rápido.					
12	El hotel cuenta con empleados hábiles en su desempeño.					
13	Los empleados del hotel están siempre dispuestos a ayudarlo.					
	<b>SEGURIDAD</b>	1	2	3	4	5
14	Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los huéspedes.					
15	Los huéspedes se sienten seguros en las instalaciones del hotel.					
16	Los huéspedes se sienten seguros en sus pagos con tarjeta en el hotel.					
17	Percebe que el hotel cuenta con sistemas adecuados para casos de incendio.					
18	Cree Ud. que el hotel tiene señalización adecuada.					
	<b>EMPATIA</b>	1	2	3	4	5
19	El personal brinda una atención personalizada.					
20	El hotel cuenta con una organización que le permite dar una atención personal.					
21	El personal del hotel es siempre cortés con usted.					
22	El personal entiende las necesidades que requiere el huésped.					

Anexo 5: CARTILLA SABP - 2016

					
<b>SISTEMA DE APLICACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS - SABP</b>					
<b>CARTILLA PARA ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE - MONITOREO</b>					
<p>En la fecha abajo señalada, el personal de CENFOTUR, efectuó un monitoreo al establecimiento abajo mencionado, a fin de facilitar asesoramiento experto, directo e individualizado, para la mejor aplicación de las BP en la empresa, de conformidad con el Plan Nacional de Calidad Turística del Perú - CALTUR.</p>					
<b>DATOS DE LA EMPRESA</b>					
<b>Razón social:</b>					<b>RUC:</b>
<b>Nombre comercial:</b>					
<b>Dirección:</b>			<b>Distrito:</b>		
<b>Provincia:</b>			<b>Región:</b>		
<b>Teléfonos:</b>			<b>E-mail:</b>		
<b>Nº de hab:</b>			<b>Nº de trabajadores</b>	<b>Femenino:</b>	
<b>Nº de camas:</b>				<b>Masculino:</b>	
<b>Registro en la DIRCETUR:</b>	<b>Sí</b> (.....)	<b>NO</b> (.....)	<b>Clase:</b>		<b>Categoría:</b>
<b>DATOS DE LA ATENCIÓN</b>					
<b>Persona que atendió al facilitador:</b>					
<b>Cargo:</b>					
<b>Nombre del facilitador:</b>					
<b>Fecha:</b>			<b>Actitud durante la atención:</b>		

II.- PROCESO PRINCIPAL		476	0	
1.-	RECEPCIÓN Y RESERVAS (INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO)	71	0	
26	Cuenta con un ambiente exclusivo para recepción y reservas.	3		
27	La recepción cuenta con insumos para el registro de entrada y salida del huésped (artículos de oficina, kardex) Ingreso: fichas de registro o registro de huéspedes. Salida: boletas y facturas. Cuenta con lo necesario para realizar un correcto registro de huéspedes.	4		
28	Cuenta con un ambiente de recepción con suficiente espacio para interactuar de forma activa con los huéspedes, cumpliendo con la capacidad de aforo establecida por la autoridad competente.	3		
29	Cuentan con un ambiente para custodia de equipaje cercano a la recepción y en un lugar que brinde seguridad.	3		
30	Las tarifas y precios son visibles en nuevos soles y/o dólares americanos.	4		
31	En su publicidad, indica si las tarifas incluyen el desayuno y los impuestos establecidos.	4		
32	Exhibe horarios de ingreso y salida, especificando el periodo que comprende el día hotelero.	4		
33	Cuenta con rack de llaves, el que se encuentra en óptimo estado de conservación y mantenimiento.	4		
34	Las llaves se encuentran en buen estado y son uniformes (recuerde que puede aprovechar los materiales de la zona tales como la madera para los llaveros).	4		
35	Cuenta con central telefónica, de fácil acceso para el huésped, con directorio telefónico y teléfonos de emergencia (bomberos, policía, centro médico, otros)	4		
36	Cuenta con estante u otro medio que contiene información complementaria, como folletería variada de los atractivos turísticos de la zona, contacto de otros Prestadores (agencias, restaurantes, oficinas de turismo, etc.)	4		
37	Los colaboradores están capacitados para brindar todo tipo de información que el huésped requiera.	4		
38	Cuenta con botiquín de primeros auxilios y repone siempre los productos consumidos, vigilando la fecha de vencimiento de los mismos.	5		
39	Si el establecimiento se encuentra en la sierra cuenta con un balón de oxígeno a disposición del huésped por la altura.	3		
40	Cuenta con extintores en cada uno de los pisos y en la recepción del establecimiento. Se recomienda tener un extintor por piso, cumpliendo con las normas de seguridad vigentes.	5		
41	Cuentan con caja de seguridad, por lo menos en recepción.	4		
42	Muestra el libro de reclamaciones en un lugar visible, cumpliendo con las normas legales vigentes.	5		
43	Tiene Licencia de Funcionamiento Municipal, INDECI, DIRCETUR. Certificados de Fumigación, extintores vigentes, carné sanitarios del personal.	4		



4.-	<b>HOUSEKEEPING (GESTIÓN DEL SERVICIO)</b>	71	0	
4.1.-	<b>ÁREAS PÚBLICAS</b>	12	0	
135	La limpieza y organización de las áreas se realiza en forma efectiva y permanente.	3		
136	Cuenta con un programa y procedimientos para la limpieza.	5		
137	Se ha establecido una secuencia y periodicidad para la limpieza, por ejemplo: la limpieza y desinfección de conductos y rejillas de ventilación es una vez al mes, las zonas nobles se encuentran limpias antes de las 08:00 horas y se repasan diariamente, cuantas veces.	4		
4.2.-	<b>HABITACIONES</b>	35	0	
A.-	<b>CONSIDERACIONES INICIALES AL PROCESO DE LIMPIEZA</b>	14	0	
138	La camarera o cuartero se presenta correctamente uniformado en la oficina de Housekeeping o en la recepción para recoger su reporte de habitaciones. Se sugiere establecer un estándar de presentación personal de los colaboradores, por ejemplo damas con el cabello recogido en moño, etc. Así mismo se debe hacer uso del reporte de habitaciones.	4		
139	Cuenta con reporte de estado de habitaciones.	3		
140	En el almacén de pisos o de blancos, prepara la ropa y los materiales, teniendo en cuenta la información del reporte de habitaciones que se le asignó. La ropa y materiales se colocan en un equipo de transporte.	3		
141	Se han establecido prioridades para la limpieza de habitaciones; así como tiempos promedios para la limpieza de las mismas, de acuerdo a su estado.	4		

<b>TOTAL</b>		<b>680</b>	<b>0</b>	
<b>RESULTADOS</b>				
<b>PUNTAJE TOTAL</b>		<b>PORCENTAJE TOTAL</b>		
<b>PUNTAJE MÁXIMO</b>	<b>680.00</b>	<b>MÍNIMO APROBATORIO</b>	<b>80.00</b>	
<b>PUNTAJE OBTENIDO</b>	<b>0.00</b>	<b>PUNTAJE OBTENIDO</b>	<b>0.00</b>	
<b>Calificación</b>		<b>NO ACEPTABLE</b>		
<b>Criterios de monitoreo:</b> Los puntajes son: El máximo si cumple todo, la mitad del puntaje máximo si es que cumple parcialmente, y cero si es que no cumple con el criterio de monitoreo.		De acuerdo al porcentaje que obtenga el establecimiento, tendrá la siguiente calificación: 80% a 100%: Aceptable 79% a menos: No aceptable		
<b>FACILITADOR</b>				
Nombre y Apellidos:				
DNI N°:				

**ANEXO 6: Encuesta para determinar las principales características del cliente**

**Modelo de encuesta para determinar las principales características del cliente:  
Establecimientos de Hospedaje**

**Encuesta: usted es importante para nosotros....**

A fin de poder atenderlo mejor, por favor complete las siguientes preguntas en los espacios indicados:

Características socio-demográficas			
Género:	<input type="checkbox"/> Masculino	<input type="checkbox"/> Femenino	
Edad (años):	<input type="checkbox"/> 15 a 24	<input type="checkbox"/> 25 a 34	<input type="checkbox"/> 35 a 44
		<input type="checkbox"/> 45 a 54	<input type="checkbox"/> 55 a 64
		<input type="checkbox"/> 65 a más	
Estado civil:	<input type="checkbox"/> Soltero		<input type="checkbox"/> Parte de una pareja
Grado de instrucción:	<input type="checkbox"/> Primaria	<input type="checkbox"/> Secundaria	<input type="checkbox"/> Técnica
	<input type="checkbox"/> Universitaria	<input type="checkbox"/> Maestría	<input type="checkbox"/> Doctorado
Ingreso familiar anual (en S/.):	<input type="checkbox"/> Menos de 400	<input type="checkbox"/> De 400 a 1,000	<input type="checkbox"/> De 1000 a 1,500
	<input type="checkbox"/> De 1,500 a 3,000	<input type="checkbox"/> De 3,000 a 5,000	<input type="checkbox"/> Más de 5,000
Consumo			
¿Con qué frecuencia consume productos o servicios de nuestra empresa?	<input type="checkbox"/> Primera vez	<input type="checkbox"/> 1 a 2 veces al mes	<input type="checkbox"/> Más de 3 veces al mes
		<input type="checkbox"/> 1 a 2 veces al año	<input type="checkbox"/> Más de 3 veces al año
¿Cómo se enteró de nuestros servicios?	<input type="checkbox"/> Amigos o familiares	<input type="checkbox"/> Televisión	<input type="checkbox"/> Periódicos
	<input type="checkbox"/> Revistas	<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Otro: _____
Suele consumir nuestros productos acompañado de:	<input type="checkbox"/> Amigos o parientes c/ niños		<input type="checkbox"/> Amigos o parientes s/ niños
	<input type="checkbox"/> Solo	<input type="checkbox"/> Pareja	<input type="checkbox"/> Otro: _____
Dentro de los servicios y/o productos que ofrecemos, los que más le interesan son (puede marcar más de 1 opción):	<input type="checkbox"/> Facilidades en las habitaciones	<input type="checkbox"/> Restaurante	<input type="checkbox"/> Servicios turísticos
	<input type="checkbox"/> Otros: _____		
¿Le gustaría recibir información de nuestras promociones?	<input type="checkbox"/> Si		<input type="checkbox"/> No
Datos de control			
Nombre: _____			
Dirección: _____			
Teléfono:	Celular:	Fecha de nacimiento:	
E-mail: _____			

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- MINCETUR (2012). Manual de buenas prácticas de gestión de servicios para establecimientos de hospedaje. MINCETUR, Perú. Recuperado el 16 Mayo 2017. Disponible en: [http://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs\\_documentos\\_Caltur/03\\_mbp\\_gestion\\_hospedaje/Manual\\_141012.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs_documentos_Caltur/03_mbp_gestion_hospedaje/Manual_141012.pdf)
- Aráoz, M (2008). Plan Nacional de calidad turística del Perú-CALTUR.. . Recuperado el 19 Mayo 2017. Obtenido de <https://es.slideshare.net/yeseniasaraicasanova/manual-de-la-buenas-practicass-para-establecimientos-de-hospedaje>
- Reglamento de Establecimiento de Hospedaje( 2015)-MINCETUR - Norma Legal Diario Oficial El Peruano. Elperuano.com.pe. Recuperado el 14 Mayo 2017. Disponible en: <http://www.elperuano.com.pe/normaselperuano/2015/06/09/1248181-2.html>
- MANUAL DE CALIDAD TURÍSTICA. (2009). yumpu.com. Retrieved 17 May 2017, from <https://www.yumpu.com/es/document/view/14153263/manual-de-calidad-turistica-para-de-hospedaje-bienvenidos-a-la-5>
- Maldonado, V. (2016). UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA. Tesis.ucsm.edu.pe. Retrieved 23 May 2017. Disponible en: <https://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/5196/79.0133.TH.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- MINCETUR (2012). Manual buenas prácticas para la atención de clientes. MINCETUR, Perú. Recuperado el 27 Mayo 2017. Disponible en: [http://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs\\_documentos\\_Caltur/07\\_mbp\\_aclientes/MBP\\_AC\\_Mandos\\_Medios.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs_documentos_Caltur/07_mbp_aclientes/MBP_AC_Mandos_Medios.pdf)

