

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE SERVICIOS
TURÍSTICOS



PLAN DE MEJORA PARA LA CALIDAD DE SERVICIO DEL
HOSTAL SAN EDUARDO
CHICLAYO, 2018

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE SERVICIOS
TURÍSTICOS

AUTORAS

XIOMARA ISABEL ALTAMIRANO SALAZAR
MARINA YESENIA PEREZ VILLANUEVA

ASESORA

Mg. YESENIA AYLEN SERRUTO PEREA

Chiclayo, 2018

Dedicatoria

Dedicamos este proyecto de tesis a Dios y a nuestros padres. A Dios porque ha estado con nosotros en cada paso que damos, cuidándonos y dándonos fortaleza para continuar, a nuestros padres, quienes a lo largo de nuestra vida han velado por nuestro bienestar y educación siendo nuestro apoyo en todo momento, depositando su entera confianza en cada reto que se nos presentó sin dudar ni un solo momento en nuestra inteligencia y capacidad.

Agradecimientos

A Dios por iluminar nuestras vidas, por permitir que se realicen nuestros logros y triunfos profesionales y sobre todo por su gran amor incondicional.

A nuestra familia por todo el apoyo brindado durante nuestros estudios.

De igual forma agradecemos a todos nuestros docentes y nuestra asesora Mg. Yesenia Aylen Serruto Perea, quienes en todo momento nos orientaron y nos motivaron para poder realizar con éxito de la presente investigación.

Resumen

Actualmente la importancia de ofrecer productos y servicios de calidad es cada vez más esencial en el mercado, ya que tiene como objetivo lograr la satisfacción del cliente y resultan ser beneficiosos para el crecimiento económico y social de una empresa.

La presente tesis tiene como objetivo general realizar un plan de mejora para la calidad de servicios en el Hostal San Eduardo y los objetivos específicos fueron determinar los elementos tangibles, determinar el nivel de fiabilidad de la empresa, determinar el nivel de capacidad de respuesta del personal, determinar el nivel de seguridad y por último determinar el nivel de empatía, para lograr estos objetivos se utilizó el modelo servperf, que tiene su propio cuestionario y a la vez es una metodología que permite conocer el grado de calidad de servicio que reciben los clientes, en la investigación se obtuvo una muestra de 219 personas que se alojaron en el mes de setiembre en el establecimiento a quienes se aplicó las encuestas, los resultados fueron procesados a través de los programas de Microsoft Word y Microsoft Excel, que sirvieron para plasmar los datos y obtener resultados del estudio. Se concluyó que la empresa presenta un porcentaje más alto del 47% en la dimensión empatía con respecto a que los colaboradores tienen amabilidad y simpatía con los huéspedes y se recomienda la aplicación de la propuesta presentada para mejorar el nivel de calidad de sus servicios.

PALABRAS CLAVES: Calidad de servicio, Servperf, Plan de mejora.

Abstract

Currently the importance of offering quality products and services is increasingly essential in the market, since it aims to achieve customer satisfaction and are beneficial for the economic and social growth of a company.

The general objective of this thesis is to carry out an improvement plan for the quality of the services in the Hostal San Eduardo and the objectives to determine the tangible elements, determine the level of reliability of the company, determine the level of response capacity of the staff , determine the level of security and finally determine the level of empathy, to achieve these objectives, as well as the service model, which has its own questionnaire, and at the same time it is possible to know the degree of quality of service that respond to customers, , in the research a sample of 219 people was obtained who stayed in the establishment in September to whom the surveys were applied, the results were processed through the Microsoft Word and Microsoft Excel programs, which served to translate the data and obtain study results. It was concluded that the company presents a higher percentage of 47% in the empathy dimension with respect to the fact that the employees have kindness and sympathy with the guests and the application of the presented proposal is recommended to improve the level of quality of their services.

Keywords: Quality of service, Servperf, Improvement plan.

Índice

I.	Introducción	10
II.	Marco teórico.....	13
2.1	Antecedentes:	13
2.2	Bases teórico científicas:	17
III.	Metodología.....	24
3.1	Tipo y nivel de investigación	24
3.2	Diseño de investigación:.....	24
3.3	Población, muestra y muestreo:.....	25
3.4	Criterios de selección:	26
3.5	Operacionalización de variables.....	27
3.6	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	28
3.7	Procedimientos:	28
3.8	Plan de procesamiento y análisis de datos.....	28
3.9	Matriz de consistencia	29
3.10	Consideraciones éticas.....	30
IV.	Resultados y discusión	31
V.	Propuesta	38
VI.	Conclusiones.....	40
VII.	Recomendaciones	41
VIII.	Lista de referencias	42
IX.	Anexos.....	44

Índice de Tablas

Tabla 1 Dimensiones del Modelo Servperf	22
Tabla 2 Operacionalización de las variables	27
Tabla 3 Matriz de consistencia	29
Tabla 4 Propuesta	38

Índice de Figuras

Ilustración 1 Elementos tangibles.....	31
Ilustración 2 Fiabilidad.....	32
Ilustración 3 Capacidad de respuesta	33
Ilustración 4 Seguridad.....	34
Ilustración 5 Empatía.....	35
Ilustración 6 Equipamiento del edificio	44
Ilustración 7 Las instalaciones del hotel.....	44
Ilustración 8 El personal del hotel tiene una apariencia libre y agradable	45
Ilustración 9 La habitación cuenta con todos los servicios necesarios.....	45
Ilustración 10 El hotel transmite un buen servicio	46
Ilustración 11 Siento confianza de acudir al personal	46
Ilustración 12 Prestan el servicio en el tiempo prometido	47
Ilustración 13 El personal del hotel muestra preocupación por no cometer errores.....	47
Ilustración 14 El personal del hotel siempre está dispuesto a atenderme y ayudarme	48
Ilustración 15 El personal del hotel ofrece un servicio rápido a sus clientes	48
Ilustración 16 Informan con sinceridad acerca de todas las condiciones del servicio	49
Ilustración 17 El personal del hotel siempre está dispuesto para responder a las preguntas de sus clientes	49
Ilustración 18 El comportamiento del personal del hotel transmite confianza a sus clientes.....	50
Ilustración 19 El personal del hotel actúa con discreción y respeta la intimidad del cliente	50
Ilustración 20 El personal del hotel es competente y profesional	51
Ilustración 21 Las instalaciones son seguras (cumple las normas de seguridad) ..	51
Ilustración 22 Los accesos al hotel (localización) son fáciles	52
Ilustración 23 Los horarios de trabajo del hotel se adaptan a las necesidades del cliente	52

Ilustración 24 El hotel se preocupa por el bienestar de sus clientes.....	53
Ilustración 25 El hotel da a sus clientes una atención individualizada.....	53

I. Introducción

Anualmente uno de los gurús más influyentes en la experiencia del cliente, Esteban Kolsky hace una encuesta cuya importancia está en los resultados, pues ayuda de manera general a que las empresas analicen de acuerdo a estas estadísticas sus errores y poder tener un punto de inicio para la mejora de su servicio de calidad. Customer Focus (2015) afirma que: *“el 85% de la pérdida de clientes por un mal servicio era evitable”*.

Algunas empresas no toman con seriedad la importancia de brindar un buen servicio de calidad a sus clientes, si no quieren fracasar deberían comenzar a escucharlos e idear un plan de mejora con respecto al servicio de calidad para poder solucionar lo que no les está funcionando. Customer Focus (2015) afirma que: *“El 44% de los clientes confirman que han recibido una respuesta errónea. Kolsky aconseja que las empresas se centren en su trabajo. Este trabajo se aleja de saber lo que quiere el cliente para acercarse al desarrollo de la infraestructura necesaria que permite a los clientes elegir libremente, personalizar y optimizar su experiencia en cada interacción, y en función de sus necesidades. Las empresas deben utilizar las tecnologías adecuadas para construir una infraestructura de aprendizaje autónomo, que esté diseñada para la mejora continua basada en los comentarios de feedback de los clientes. Al fin y al cabo, la más conveniente gana. La infraestructura debe ser adaptable, flexible, escalable e inteligente...”*

En el Perú según Navarrete, Pupuche y Villalobos (2017) afirman que. *“el sector público a través del MINCETUR, ente supervisor de servicios turísticos, ha creado el Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas (SABP), que ha permitido mejorar la gestión del servicio hotelero, impulsando la calidad turística bajo una cultura de calidad en los negocios hoteleros. Sin embargo, a pesar de los diversos lineamientos que promueven el mejoramiento de la calidad, aún se evidencian escasos niveles de calidad implementados en los hoteles, de acuerdo con el estándar mínimo de las empresas hoteleras certificadas en el Perú; por tal motivo, es necesario determinar, en qué medida se está implementando la Calidad en las Empresas del Sector Hotelero de la Región Lambayeque”*.

Nuevamente es esencial recalcar que los establecimientos en este caso hoteleros necesitan estar constantemente buscando la manera de reducir los problemas que tienen con sus clientes, los resultados de su plan de mejora serían beneficiosos para el crecimiento económico y social de su empresa.

El establecimiento en el que se ha realizado la presente investigación es el hostel San Eduardo de dos estrellas y se encuentra ubicado en la ciudad de Chiclayo; los problemas más frecuentes fueron la falta de un espacio exclusivo en dónde los huéspedes puedan ir a utilizar sus laptops sin necesidad de estar siendo interrumpidos; los clientes tienen que esperar el largo proceso del check in, ya que los registros se hacen de manera manual, no teniendo así una base de datos fija; un problema que va de la mano con la anterior es el hecho de que al no tener un sistema de registro muchas veces se asignaban habitaciones ya vendidas y reservadas por lo que se tiene que explicar al huésped que ya no se podían hospedar y buscarán así otras alternativas; es difícil que los clientes puedan reconocer a los trabajadores ya que estos no cuentan con un uniforme que los identifiquen; muchas veces resulta incómodo que los trabajadores no sepan dar soluciones rápidas y fáciles a los huéspedes por lo que resulta muy importante brindar capacitaciones; en algunos momentos la falta de empatía del trabajador con el cliente solo aumentaba el problema. Por estos motivos se planteó la siguiente pregunta, ¿cuál es la propuesta para mejorar la calidad de servicio del Hostel San Eduardo?; El objetivo general del presente trabajo de investigación fue proponer un plan de mejora para la calidad de servicio del hostel San Eduardo. Así mismo los objetivos específicos fueron en primer lugar identificar los elementos tangibles se podrá saber si hay ausencia de estos o están mal gestionados; seguidamente identificar la fiabilidad es importante tener conocimiento de la destreza que tiene el hostel para cumplir con lo acordado de manera íntegra y meticulosa a la primera oportunidad de realizar el servicio.; en tercer lugar identificar la empatía de los colaboradores si ellos brindan un trato personalizado manifestando al cliente su interés por entender sus necesidades; al mismo tiempo identificar la capacidad de respuesta saber cuan preparados están los colaboradores para brindar un servicio raudo con disposición a asistir al cliente en todo momento. Se va a identificar la seguridad, si los colaboradores

tienen una conducta confiable y competente que hace sentir al cliente seguro. Y finalmente elaborar una propuesta de mejora para el hostel San Eduardo. La presente investigación ayudará al mejoramiento de los servicios que brinda a sus huéspedes el hostel San Eduardo, esperando así que los resultados obtenidos sean mejorados para estar a la altura de la competencia.

Esta investigación consta de nueve capítulos, el primer capítulo plantea la situación problemática, objetivos, justificación; en el segundo capítulo se mencionará los antecedentes y bases teóricas; en el tercer capítulo se indicara los materiales y métodos de investigación utilizados; en el cuarto capítulo se detallará sobre los resultados obtenidos, en el quinto capítulo se plantean las discusiones, en el sexto capítulo se indican las conclusiones, en el séptimo se formula las recomendaciones, en el octavo capítulo encontraremos las referencias bibliográficas y en el último capítulo se presentan los anexos.

II. Marco teórico

2.1 Antecedentes

Palacios (2014) El objetivo de la investigación fue aplicar una herramienta de tipo metodológica que permita a los administradores y propietarios de hoteles en la ciudad de Quibdó (Colombia) medir la calidad percibida de sus servicios, el método que utilizaron fue SERVPERF, y como resultado se obtuvo que los huéspedes de la ciudad de Quibdó tienen una buena percepción del comportamiento de los empleados de los hoteles al brindar confianza a sus clientes. Asimismo la investigación nos muestra que los usuarios no están percibiendo un buen servicio en los hoteles como resultado se obtuvo empatía con un 39%, tangibilidad 34 %, capacidad de respuesta 34% y confiabilidad 29%. Se concluye que para poder aumentar la calidad del servicio percibido se debe hacer énfasis en la rapidez al momento del registro, capacidad de los empleados para resolver problemas, la tranquilidad de la habitación y la limpieza de los lobbies, adelantar un proceso de mejora continua generando mayor confort a los huéspedes.

Lara y Chavéz (2014) El objetivo de la investigación fue evaluar la calidad del servicio del hotel Buenos Aires de Nuevo Chimbote con base en el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas. Las técnicas empleadas en la investigación han sido la observación y el cuestionario, este fue aplicado a todos los trabajadores de la empresa. La investigación adoptó una metodología de diseño único transversal, de tipo mixto y correspondió a un nivel exploratorio y descriptivo. El resultado el hotel Buenos Aires cumple con el 81,3 % de los 284 estándares evaluados, con un mayor cumplimiento en la dimensión de gestión de servicio y menor cumplimiento en la gestión administrativa y medioambiental, lo que significa que la calidad del servicio es buena, pero es necesaria la inclusión de los estándares propuestos que no se cumplen, con lo cual se tendrán clientes con una mayor satisfacción con el servicio recibido y se

asegurará la permanencia de la empresa en el mercado que cada día es más competitivo.

Sánchez (2017), el objetivo de la investigación fue realizar un plan de mejora organizacional como factor determinante de la calidad de servicio del Hotel Perú Pacífico en Jesús María. La metodología aplicada fue una investigación holística, de tipo proyectiva y de diseño no experimental. El resultado obtenido sobre el nivel de calidad de servicio según la percepción del huésped fue buena debido a que los huéspedes del hotel percibieron una actitud amable y atenta por parte del personal y se llegó a la conclusión de 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.

Cueva (2015), El objetivo de la tesis fue la evaluación de la calidad percibida por los clientes del hotel los portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones, utilizaron la aplicación del modelo SERVQUAL a través de un cuestionario dirigido a los huéspedes, como resultado se obtuvo que las personas que visitaban por primera vez el hotel resultaron estar muy satisfechas con la calidad de servicio brindado y el hotel cuenta con personal muy calificado, amable y sobre todo dispuesto a servir al cliente, la conclusión fue que los clientes son bastante exigentes con lo que esperan recibir.

Carcahusto (2016) el estudio realizado tuvo como objetivo determinar la relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en el hotel Sakura de la ciudad de Juliaca, la metodología aplica fue un diseño transeccional o transversal y pertenece a un tipo no experimental y descriptivo con un diseño correlacional, con el propósito de conocer la relación de las variables (calidad de servicio, satisfacción del cliente), los resultados indicaron que los clientes del hotel están satisfechos con la calidad de servicio brindada por el hotel Sakura de Juliaca durante el año 2016 y finalmente como conclusión la relación entre “calidad de servicio” y “satisfacción del cliente” es altamente positiva.

Paglione (2012) el objetivo del estudio fue medir la calidad de servicio percibida por los clientes de los eventos del Hotel JW Marriott, Caracas, la metodología aplicada fue una investigación de proceso metódico y sistemático orientado a la solución de problemas o interrogantes científicas, se clasifica en exploratoria, descriptiva, explicativa, evaluativa y proyectiva. El resultado se obtuvo que la mayoría de los clientes esperan recibir un servicio de alta calidad en cuanto a la capacidad que tiene el personal de la empresa para ofrecer un servicio rápido, se concluye que el servicio en los eventos sobre la calidad de servicio es una condición imprescindible para lograr competitividad y continúen fortaleciéndose.

Ibérico (2016) estudio tiene como objetivo determinar las características que presentan los hoteles tres estrellas del centro histórico de Trujillo para brindar un servicio de calidad, la metodología utilizada fue a través del método inductivo-deductivo, analítico-sintético, estadístico y etnográfico; así como las técnicas de observación, encuesta y entrevista, los resultados fueron que el huésped en un 62% califica haber recibido un servicio de calidad en todo momento y el servicio fue dado como se pactó en el momento de adquirirlo, se llegó a conclusión que las empresas hoteleras de la categoría tres estrellas en el centro histórico de Trujillo presentan un perfil idóneo teniendo la predisposición de resolver problemas de forma inmediata la cual hace alusión a una principal característica que es brindar un servicio de calidad.

Muñoz (2017) el objetivo de la investigación fue realizar análisis de la calidad del servicio del hotel perla verde de la ciudad de esmeraldas, utilizaron el instrumento de entrevista dirigido al gerente general y el administrador del hotel, la metodología aplicada fue de carácter cuanti-cualitativa para certificar la calidad de servicio que presta el hotel perla verde, se realizó una investigación de nivel crítico- propositivo, a través de los instrumentos como la observación científica, entrevistas, encuestas, test, que permitieron obtener la información deseada sobre la problemática específica. Las variables dieron resultados positivos, es decir, en su mayoría, las percepciones por el servicio recibido, superan las expectativas que tenían pero se obtuvieron variables negativas en cuanto al interés de los empleados por resolver

los requerimientos de los clientes, como conclusión se debería tomar en consideración los resultantes negativos para que con la aplicación de un plan de mejoras, puedan ser subsanadas, incrementen valor al servicio y permitan brindar un servicio de calidad y que supere las expectativas de los clientes.

Pacheco y Nieto (2016), el estudio tiene como objetivo el análisis de la calidad del servicio del sector hotelero, categorización cuatro estrellas en la ciudad de Cuenca, la metodología aplicada fue utilizando dos tipos de investigación, la investigación exploratoria y la investigación descriptiva. Los resultados obtenidos son positivos y reflejan que la calidad en el servicio prestado dentro del hotel está logrando satisfacer a las diferentes exigencias de los clientes, como conclusión el Hotel Zahir 360 es uno de los mejores dentro de su categoría 4 estrellas dentro de la ciudad de Cuenca, con el trabajo, constancia y perseverancia que mantienen los colaboradores del Hotel y sus mandos operativos.

Ballón (2016) Esta investigación tuvo como objetivo la evaluación en la calidad de servicio y satisfacción del cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay, esta investigación tomó en cuenta las cinco dimensiones, utilizando la escala SERVPERF en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay. Los resultados fueron que la variable “empatía” fue la que mayor influencia tuvo en la satisfacción al cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay, después le siguió la “capacidad de respuesta” y finalmente “elementos tangibles”. En conclusión, es fundamental la importancia de enseñar y supervisar al personal del hotel para que realicen sus funciones de manera correcta, es decir la limpieza de las instalaciones del hotel y estas estén siempre presentables. De esta manera, el cliente quede satisfecho con el servicio.

2.2 Bases teórico científicas

Según Alcalde (2009). *“La calidad es algo que va implícito en los genes de la humanidad; es la capacidad que tiene el ser humano por hacer las cosas bien”* (p.2).

El objetivo que persigue la calidad es disminuir la desigualdad entre el servicio que se recibió y el nivel de excelencia que el cliente esperaba. La mayor seguridad que se puede obtener éxito en complacer al cliente es cometer el mínimo error en la ejecución al brindar el servicio.

La calidad desde el punto de vista del cliente es la capacidad de satisfacer sus necesidades mientras que para la empresa calidad es llegar a un nivel de excelencia con respecto a la satisfacción de la necesidad del cliente. De acuerdo a Nava (2005) *“calidad es una palabra de naturaleza subjetiva, una apreciación que cada individuo define según sus expectativas y experiencias, es un adjetivo que califica alguna acción, materia o individuo”* (p.15). En mercadotecnia se les llama público objetivo, es aquella que impone con sus expectativas y necesidades el nivel de servicio que se debe lograr.

Un parámetro de la calidad consiste en el nivel de excelencia, que significa que calidad no es igual a lujos o demostrar superioridad en la categoría de un producto. Denton (1991) afirma. *“La calidad y la productividad son dos factores de la misma ecuación. Juntas, equivalen a la satisfacción del cliente y al éxito de la empresa”* (p.12). Otro parámetro es la conformidad que trata exclusivamente de que el nivel de excelencia se mantenga constante siempre.

Constantemente los gustos del cliente incrementan por lo que la segmentación se divide cada vez más. Alcalde (2009) Afirma. *“El concepto de calidad ha ido evolucionando desde sus orígenes, aumentando objetivos y cambiando su orientación hacia la satisfacción plena del cliente”* (p.5). Pero se debe tener en cuenta que intentar satisfacer a todos los clientes es el método más viable para que un negocio fracase por eso es importante tener un público objetivo

Es importante que toda empresa que desea hacer la diferencia en el mercado tenga en cuenta que lo fundamental es tener un orden en el proceso de brindar un buen

servicio de calidad y logre hacer que las debilidades que pueda encontrar en su establecimiento se reduzcan. Álvarez (2006) afirma:

“La implantación de un sistema de calidad por parte de una empresa tiene una serie de ventajas, como la satisfacción del cliente y de los trabajadores, la optimización de los resultados y reducción de costes, el incremento de la agilidad en los procesos y la eliminación de defectos”.(p.7)

Los riesgos en cuanto a la percepción de la calidad son más riesgosos cuando el establecimiento necesite en un gran porcentaje la actuación de sus colaboradores. *“la calidad no se consigue gracias a los expertos en calidad, sino a la participación activa de todos los miembros de la empresa”* (Alcalde, 2009, p.15). También sería que en varios lugares se ofrece el mismo servicio o producto.

Método Servperf

El modelo servperf, según Pulido (2014) “Fue propuesto por Cronin y Taylor, quienes mediante estudios empíricos realizados en distintas organizaciones de servicios, llegaron a la conclusión de que el modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio, de Zeithaml, Parasuraman y Berry no es el más adecuado para evaluar la Calidad del Servicio”.

(Cronin y Tailor en 1992) proponen el modelo Servperf que se sustenta en las percepciones que tienen los usuarios acerca del rendimiento del servicio; por lo tanto se reduce al 50% de las preguntas planteadas por el método servqual, ya que excluye todo lo que hace alusión a las expectativas de los clientes. Pulido (2014) menciona que:

“SERVPERF debe su nombre a la exclusiva atención que presta a la valoración del desempeño (SERVice PERFormance) para la medida de la calidad de servicio. Se compone de los mismos ítems y dimensiones que el SERVQUAL, la única diferencia es que

elimina la parte que hace referencia a las expectativas de los clientes". (p.6).

El modelo emplea los 22 items por el método SERVPERF junto con las 5 dimensiones del mismo, que son fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles para las medidas de las percepciones del consumidor. Así, la calidad de servicio será más alta en cuanto mayor sea la suma de dichas percepciones.

Dimensiones del Modelo

Tabla 1 Dimensiones del Modelo Servperf

Dimensión	Descripción
Elementos Tangibles	Equipamiento de aspecto moderno, instalaciones físicas visualmente atractivas, apariencia pulcra de los colaboradores, elementos tangibles y elementos tangibles atractivos.
Fiabilidad	Cumplimiento de promesas, interés en la resolución de problemas, realizar el servicio a la primera, concluir en el plazo prometido y no cometer errores.
Capacidad de respuesta	Colaboradores comunicativos, colaboradores rápidos, colaboradores dispuestos a ayudar y colaboradores que responden.
Seguridad	Colaboradores que transmiten confianza, clientes seguros con su proveedor, colaboradores amables y colaboradores bien informados.
Empatía	Atención individualizada al cliente, horario conveniente, atención personalizada, preocupación por los intereses de los clientes y comprensión de las necesidades de los clientes.

Fuente: Alberdi y Luis Rubio (2001)

Fiabilidad

Es la capacidad que tiene la organización para realizar el servicio de forma adecuada y precisa. Según Zaragoza (2015), afirma que:

“Se refiere únicamente a que el cliente reciba el servicio contratado, independientemente de los procesos o recursos utilizados”

Capacidad de respuesta

Es el interés de colaborar con los clientes y brindar un servicio con prontitud. Según Zaragoza (2015) señala que:

“El tiempo de duración del servicio, está sujeto a la evaluación del cliente, y su referencia principal es la relación entre el tiempo prometido y el tiempo real; de acuerdo al resultado, el cliente forma su opinión sobre la calidad del servicio”.

Seguridad

Conocimientos y habilidades mostrados por los empleados para inspirar credibilidad y confianza en la percepción del servicio que ofrece al usuario. Según Zeithml y Bitner (2002), define que “La seguridad se define como el conocimiento y la cortesía de los empleados, y la capacidad de la empresa y sus empleados para infundir buena confianza y voluntad”.

Empatía

La importancia de la empatía es brindar un servicio personalizado a los clientes con el fin que ellos se sientan únicos y especiales, estos a la vez desean sentir que son importantes para la compañía y que los comprenden. Zeithml y Bitner (2002), señalan:

“Que con frecuencia el personal de las pequeñas empresas identifica a los clientes por su nombre y construye relaciones que reflejan su conocimiento personal de los requerimientos y las preferencias de cada cliente, cuando una compañía de este tipo compite contra grandes empresas, es posible que su capacidad para crear empatía le proporcione una clara ventaja evidente” (p.106)

Elementos tangibles

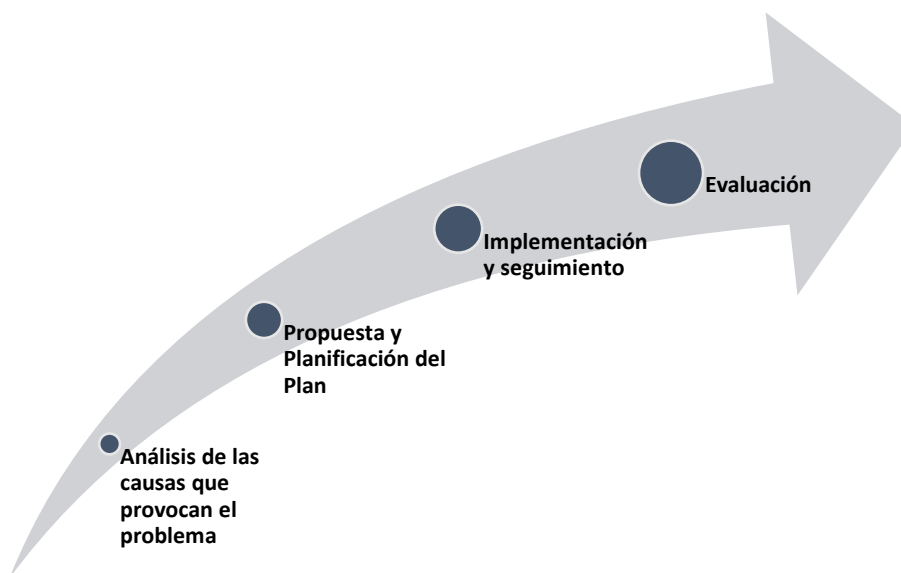
Se define a la apariencia de las instalaciones físicas, el personal, el equipo y los materiales de comunicación; estos transmiten representaciones físicas del servicio que los usuarios emplean para evaluar la calidad. Según Zeithml y Bitner (2002) afirman que “Es frecuente que las empresas utilicen los tangibles con el fin de realzar su imagen; pero si estas no le dan la importancia a la dimensión de los tangibles dentro de sus estrategias de servicio pueden complicar una estrategia que de otra forma podría dar buenos resultados”.

Plan de Mejora

De acuerdo a Proaño, Gisbert y Pérez (2017) indican que *“El plan de mejora es un proceso que se utiliza para alcanzar la calidad total y la excelencia de las organizaciones de manera progresiva, para así obtener resultados eficientes y eficaces”* (p.52). Es una herramienta eficaz para las organizaciones que pretenden mejorar su servicio y esta se produce cuando dicha organización planifica su futuro teniendo en cuenta el entorno cambiante y las fortalezas y debilidades que la determinan.

Proaño, Gisbert y Pérez (2017) afirman que *“La metodología a utilizar consiste en el análisis de las áreas a mejorar, definiendo los problemas a solucionar, y en función de estos estructurar un plan de acción, que esté formado por objetivos, actividades, responsables e indicadores de gestión que permita evaluar constantemente, este proceso debe ser alcanzable en un periodo determinado”* (p.53). Se realiza un plan de mejora con el propósito de detectar los problemas que existen en la empresa; es decir realizar un diagnóstico de la situación en que se encuentra y de esta manera proponer posibles soluciones a través de un plan con estrategias, generando mejores resultados lo que permite crecer y ser competitivos en el mercado.

El Plan de Mejora deberá seguir los siguientes pasos:



Fuente: Proaño, Gisbert y Pérez (2017)

Según Proaño, Gisbert y Pérez (2017) afirman que el plan de mejora se debe realizar a través de los siguientes pasos:

Análisis de las posibles causas que han provocado problemas en el tiempo

Reconocer el área y los procesos a ser mejorados en el establecimiento, priorizando su función de acuerdo a la importancia que esta tiene en correlación a la misión y visión para llegar a obtener objetivos estratégicos en el Hostal San Eduardo. Detallando las causas y efectos negativos de la problemática, utilizando diferentes herramientas y técnicas de análisis, tales como: diagrama de causa y efecto y análisis FODA.

Propuesta y Planificación del Plan

Será viable y a la vez permita tener nuevas acciones a futuro, se tendrá que determinar objetivos y resultado del análisis del primer paso, posteriormente analizar las soluciones a través de una herramienta como la lluvia de ideas; luego definir acciones para la solución de problemas, a través de diferentes herramientas como la planificación estratégica y operativa, análisis y rediseño de procesos, cuadro de mando integral, benchmarking (aprender mejores práctica), seguidamente constatar la aplicación de las acciones en esta fase y detallar los indicadores que demuestren la mejora en el proceso y finalmente desarrollar el plan de mejora.

Implementación y seguimiento

Es importante hacer partícipe a los colaboradores de la organización que se encargará de ejecutar las acciones propuestas, la cual deben realizar diferentes funciones tales como: comunicar sobre el plan, realizar las acciones establecidas por el plan con los colaboradores, dar seguimiento en base a los indicadores de impacto y desempeño la cual se debe realizar en un tiempo límite y por ultimo constatar que el plan se ejecute.

Evaluación

Se comprueba la ejecución del plan de mejora con relación a la propuesta, planificación e implantación, es fundamental para poder examinar las posibles anomalías que se han manifestado en el tiempo que se realiza el plan de mejora. La técnica empleada para la evaluación es plantear un plan de evaluación con base a los objetivos e indicadores, realizar el plan de evaluación y finalmente desarrollar un informe mostrando las ventajas y desventajas de los resultados alcanzados con relación al plan de mejora.

III. Metodología

3.1 Tipo y nivel de investigación

Enfoque: Cuantitativa, porque se enfoca en recoger y analizar datos sobre las variables. Hernández, Fernández y Baptista (2014) indican que el enfoque cuantitativa:

*“Usa la recolección de datos con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”*p.4

Tipo: Aplicada, debido a que tiene como objetivo resolver un determinado problema Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), estudia las propiedades y fenómenos con base a la medición numérica.

Niveles: La investigación es descriptiva porque se recolectaron datos para diagnosticar la calidad de servicio en el Hostal San Eduardo, ubicado en la ciudad de Chiclayo. Hernández, Fernández y Baptista (2014), cuando se refieren a este tipo de investigación indican:

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren (p.80)

3.2 Diseño de investigación

No experimental: porque no se modificaron las variables, los datos a reunir se obtuvieron de los huéspedes que se alojan en el Hostal San Eduardo. Hernández Fernández y Baptista (2014) afirman que *“La investigación no experimental las variables independientes ocurren y no es posible manipularlas, no se tiene control directo sobre dichas variables ni se puede influir sobre ellas, porque ya sucedieron, al igual que sus efectos”* (p.149).

Transversal: esta investigación fue transversal porque se recolectó datos en un momento único, a través de una investigación sobre el total de huéspedes alojados en el mes de setiembre del 2017. Hernández Fernández y Baptista (2014) señalan que:

“Los diseños de investigación transaccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado, es como tomar una fotografía de algo que sucede” (p.151)

Prospectivo: debido a que se plantea las posibles causas y se intenta definir los posibles efectos.

Hernández Fernández y Baptista (2014) afirman que:

“En los diseños transeccionales, en su modalidad “causal”, a veces se reconstruyen las relaciones a partir de las variables dependientes, en otras a partir de las independientes y en otras más sobre la base de variabilidad amplias de las independientes y dependientes (al primer caso se le conoce como “retrospectivos”, al segundo como “prospectivos” y al tercero como casualidad simple” (p.166)

3.3 Población, muestra y muestreo

Población:

La presente investigación tuvo como población a los huéspedes del Hostal San Eduardo siendo un total de 219 personas, según los datos obtenidos de los registros manuales de del establecimiento del periodo setiembre 2017.

Muestra:

Se optó por tomar como muestra a la población total por ser un número reducido, en este caso el censo estuvo conformado por los 219 clientes. Según Naghi (2005) afirma que:

“Una vez que el investigador ha especificado el problema con claridad, ha elaborado un diseño apropiado del estudio y los instrumentos para recopilar datos, el paso siguiente será seleccionar los elementos de los cuales recopilará los datos, y los

elementos de una población de la que desea medir ciertos factores. También se pueden recopilar datos de todos los elementos de una población a esto se le denomina censo” (p.185)

3.4 Criterios de selección

Se consideró a los huéspedes que se hospedaron durante el mes de septiembre del año 2018.

Se alojaron familias, la cual se realizó la encuesta al padre o madre de familia.

Se realizó la encuesta de lunes a domingo.

3.5 Operacionalización de variables

Tabla 2 Operacionalización de las variables

Variable	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Escala de medición	Instrumento	Técnica
CALIDAD DE SERVICIO	Elementos Tangibles	1.- Equipamiento de aspecto moderno. 2.- Instalaciones físicas visualmente atractivas 3.- apariencia pulcra de los colaboradores 4.- Elementos tangibles atractivos.	1.- El equipamiento del hostel (escaleras, habitaciones, pasillos, etc.) está bien conservados. 2.- Las instalaciones del hostel están limpias. 3.- El personal del hostel tiene una apariencia limpia y agradable. 4.- La habitación cuenta con todos los servicios necesarios (agua caliente, limpieza, camas cómodas	Escala de Likert Muy de acuerdo (5)	Cuestionario	Encuesta
	Elementos de fiabilidad	1.- Cumplimiento de promesas. 2.- Interés en la resolución de problemas. 3.- Realizar el servicio a la primera. 4.- Concluir en el plazo prometido. 5.- No cometer errores.	5.- El hostel transmite un buen servicio desde el primer momento. 6.- Cuando necesito ayuda o algo en particular, siento toda la confianza de acudir al personal del hotel para que se haga cargo de mi asunto. 7.- Prestan el servicio en el tiempo prometido. 8.- El personal del hostel muestra preocupación por no cometer errores.	De acuerdo (4) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) En desacuerdo (2)		
	Elementos de capacidad de respuesta	1.- Colaboradores comunicativos. 2.- Colaboradores rápidos. 3.- Colaboradores dispuestos a ayudar. 4.- Colaboradores que responden.	9.- El personal del hostel siempre está dispuesto a atenderme y ayudarme. 10.- El personal del hostel ofrece un servicio rápido a sus clientes. 11.- Informan puntualmente y con sinceridad acerca de todas las condiciones del servicio. 12.- El personal del hostel siempre está dispuesto para responder a las preguntas de sus clientes.	Muy en desacuerdo (1)		
	Elementos de seguridad	1.- Colaboradores que transmiten confianza 2.- Clientes seguros con su proveedor 3.- Colaboradores amables 4.- Colaboradores bien informados.	13.- El comportamiento del personal del hostel transmite confianza a sus clientes. 14.- El personal del hostel actúa con discreción y respeta la intimidad del cliente. 15.- El personal del hostel es competente y profesional. 16.- Las instalaciones son seguras (cumple las normas de seguridad). 17.- Los accesos al hotel (su localización, la cochera, etc) son fáciles.			
	Elementos de empatía	1.- Atención individualizada al cliente 2.- Horario conveniente 3.- Atención personalizada 4.- Preocupación por los intereses de los clientes 5.- Comprensión de las necesidades de los clientes.	18.- Los horarios de trabajo del hostel se adaptan a las necesidades del cliente. 19.- El hostel se preocupa por el bienestar de sus clientes. 20.- El hostel da a sus clientes una atención individualizada.			

Fuente: Elaboración Propia

3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para poder obtener información sobre el nivel de calidad de servicio que brinda en el hostel San Eduardo se utilizó la técnica encuesta basada en el modelo SERVPERF. Este modelo consta de 5 dimensiones en donde se evalúa los elementos tangibles, la confiabilidad, la fiabilidad y capacidad de repuesta, la seguridad y empatía. El instrumento que es el cuestionario fue obtenido de la tesis titulada “Evaluación en la calidad de servicio y satisfacción del cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay” por Ballón (2016) de elaboración propia adaptado del modelo de Parasuraman, en conclusión tiene un total de 20 preguntas. Ballón realizó la validación de expertos para dar la conformidad al cuestionario de las 20 preguntas.

Una vez que se detectó el modelo que ayudaría a obtener la información que se necesita, el cuestionario fue presentado a los encuestados mediante el papel impreso, y los resultados han sido registrados de manera virtual mediante el programa Excel.

3.7 Procedimientos

Las encuestas fueron dejadas desde el día domingo 16 de septiembre en el hostel San Eduardo, en dos turnos, en el turno mañana se dejaba 15 y en el turno tarde-noche 20. En la recepción del hostel. Y estos actos seguidos eran dejadas en habitaciones disponibles para ser usadas.

Tuvo una duración aproximadamente de 3 semanas y media.

3.8 Plan de procesamiento y análisis de datos

Una vez aplicado la encuesta se tabuló el resultado mediante el programa Excel, realizando 20 gráficos pertenecientes a cada pregunta y luego se elaboró 5 gráficos adicionales que representan cada dimensión, Posteriormente se procedió a analizar los gráficos de estas 5 dimensiones ya que cada una de ellas representa un objetivo específico pudiéndose saber de manera inmediata el estado en el que se encontraban y así poder proponer el plan de mejora.

3.9 Matriz de consistencia

Tabla 3 Matriz de consistencia

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVO	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>PLAN DE MEJORA PARA LA CALIDAD DE SERVICIO DEL HOSTAL SAN EDUARDO</p>	<p>Los problemas más frecuentes fueron la falta de un espacio exclusivo en dónde los huéspedes puedan ir a utilizar sus laptops sin necesidad de estar siendo interrumpidos; los clientes tienen que esperar el largo proceso del check in, ya que los registros se hacen de manera manual, no teniendo así una base de datos fija; un problema que va de la mano con la anterior es el hecho de que al no tener un sistema de registro muchas veces se asignaban habitaciones ya vendidas y reservadas por lo que se tiene que explicar al huésped que ya no se podían hospedar y buscarán así otras alternativas; es difícil que los clientes puedan reconocer a los trabajadores ya que estos no cuentan con un uniforme que los identifiquen; muchas veces resulta incómodo que los trabajadores no sepan dar soluciones rápidas y fáciles a los huéspedes por lo que resulta muy importante brindar capacitaciones; en algunos momentos la falta de empatía del trabajador con el cliente solo aumentaba el problema.</p>	<p>El objetivo general del presente trabajo de investigación fue proponer un plan de mejora para la calidad de servicio del hostel San Eduardo. Así mismo los objetivos específicos fueron en primer lugar identificar los elementos tangibles se podrá saber si hay ausencia de estos o están mal gestionados; seguidamente identificar la fiabilidad es importante tener conocimiento de la destreza que tiene el hostel para cumplir con lo acordado de manera íntegra y meticulosa a la primera oportunidad de realizar el servicio.; en tercer lugar identificar la empatía de los colaboradores si ellos brindan un trato personalizado manifestando al cliente su interés por entender sus necesidades; al mismo tiempo identificar la capacidad de respuesta saber cuan preparados están los colaboradores para brindar un servicio raudo con disposición a asistir al cliente en todo momento. Se va a identificar la seguridad, si los colaboradores tienen una conducta confiable y competente que hace sentir al cliente seguro. Y finalmente elaborar una propuesta de mejora para el hostel San Eduardo.</p>	<p>Calidad</p>	<p>Enfoque: Cuantitativa, Tipo: Aplicada Investigación descriptiva No experimental Transversal Prospectivo</p>

3.10 Consideraciones éticas

Los criterios éticos que se tomaron en cuenta para la presente investigación fueron basados en el libro de Koepsell, Ruiz de Chávez (2015):

Respeto por las personas; los encuestados tenían conocimiento sobre los objetivos que se deseaba obtener al realizar el cuestionario, se les informó bien en qué consistía.

Consentimiento informado; una vez que la persona sabía de qué trataba el cuestionario tenía la plena libertad de poder escoger realizarlo o no.

Utilización de la información para fines de mejora del hostel San Eduardo.

IV. Resultados y discusión

Los resultados han sido ordenados en base a las cinco dimensiones que tiene el método SERVPERF, como son los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía

Elementos Tangibles

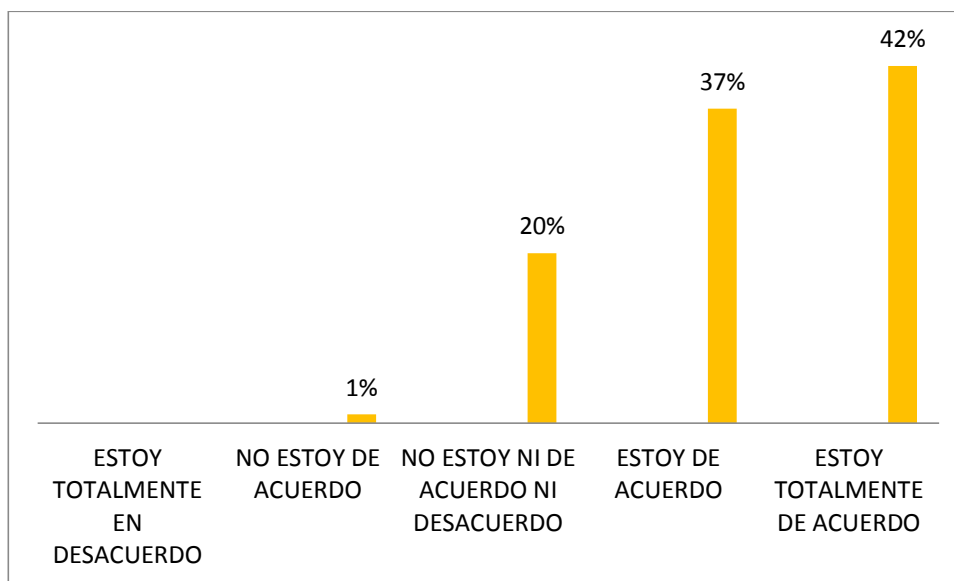


Ilustración 1 Elementos Tangibles

Fuente: Elaboración propia, 2018.

El 20% de los huéspedes indicaron que no está de acuerdo ni en desacuerdo, debido a que el Hostal San Eduardo es una empresa pequeña que solo cuenta con instalaciones y materiales básicos y necesarios para sus huéspedes; en cambio en relación a los colaboradores, no tienen un uniforme que los represente a la empresa lo que no permite identificarlos rápidamente y diferenciarlos de los clientes.

Fiabilidad

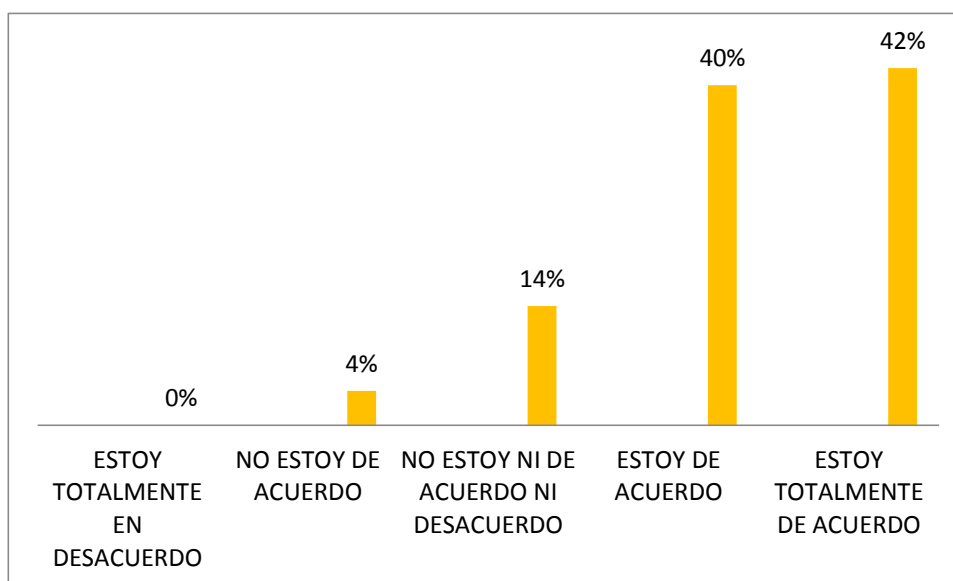


Ilustración 2 Fiabilidad

Fuente: Elaboración propia, 2018.

El 42% de los clientes está totalmente de acuerdo en que los colaboradores del establecimiento pueden realizar su servicio de forma fiable sin posibles errores o confusiones, mientras que una minoría representada por el 4% no está de acuerdo en cuanto a los elementos relacionados con dicha dimensión, posiblemente por que el personal del hostel cometieron algún percance; se sabe que ellos no cuentan con ningún sistema y trabajan de manera manual los registros de los huéspedes.

La mayoría de encuestados afirman que están de acuerdo en que los colaboradores se encuentran preparados para resolver dudas, inconvenientes ante cualquier imprevisto, ellos brindan la solución inmediata.

Capacidad de Respuesta

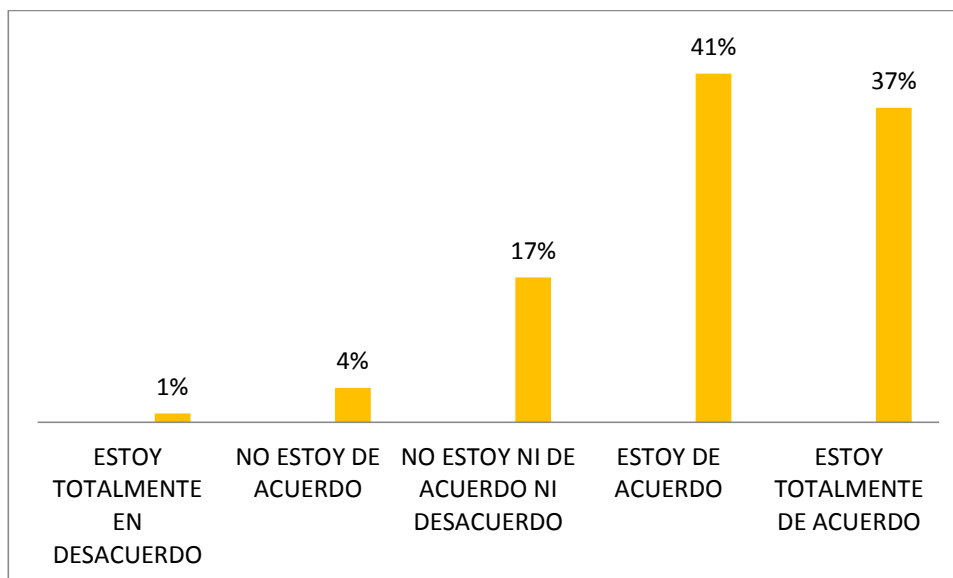


Ilustración 3 Capacidad de Respuesta
Fuente: Elaboración propia, 2018.

El 41% de los clientes están de acuerdo en la capacidad del personal para brindarles un servicio eficiente y un 37% afirma estar totalmente de acuerdo en que los trabajadores se preocupan por estar atentos en satisfacer sus necesidades.

El personal que integra el establecimiento en su mayoría es profesional y esto resulta beneficioso para la empresa porque conocen lo importante que es satisfacer las necesidades de los clientes y a la vez brindar un buen servicio, aunque lo perjudicial para la empresa es que el personal es muy cambiante.

El 4% no está de acuerdo con el servicio ofrecido debido a algún inconveniente que surgió durante la estadía, ya sea porque el proceso de check in que fue lento o debido a una mala experiencia.

Seguridad

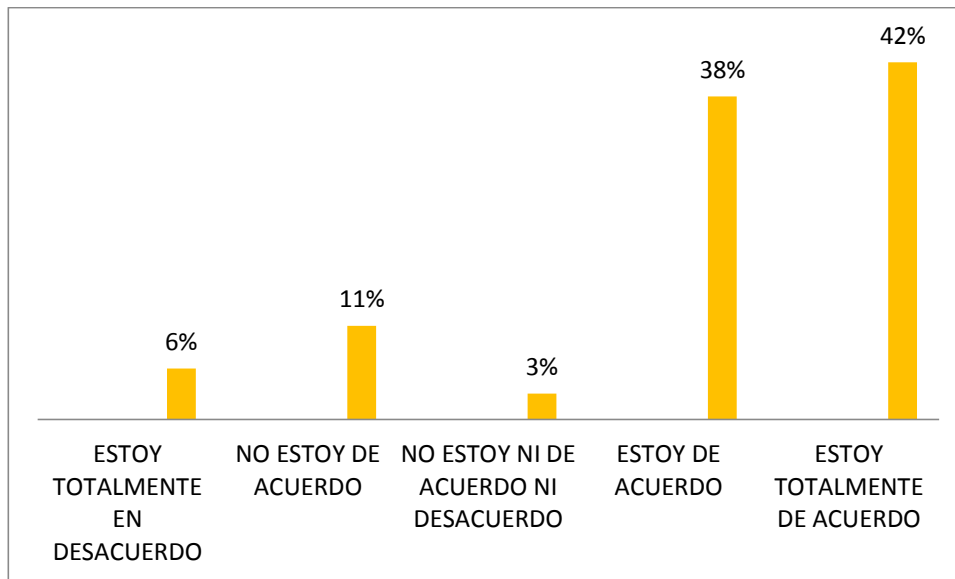


Ilustración 4 Seguridad

Fuente: Elaboración propia, 2018.

El 42% de los huéspedes alojados en el Hostal San Eduardo indicaron estar totalmente de acuerdo con los elementos relacionados a la dimensión de seguridad, es decir a la efectividad de los colaboradores para ayudar a los huéspedes, lo que transmite confianza ya que se sentirá importante y confiado en que resolverá sus dudas.

La seguridad de los huéspedes influye en que valore de manera satisfactoria el servicio brindado, porque puede lograr posicionar al Hostal San Eduardo a través de recomendaciones.

Por otro lado, el resultado de la encuesta refleja un 6% que está totalmente en desacuerdo y un 11% que no está de acuerdo, debido a la desconfianza que algunos colaboradores les transmiten.

Empatía

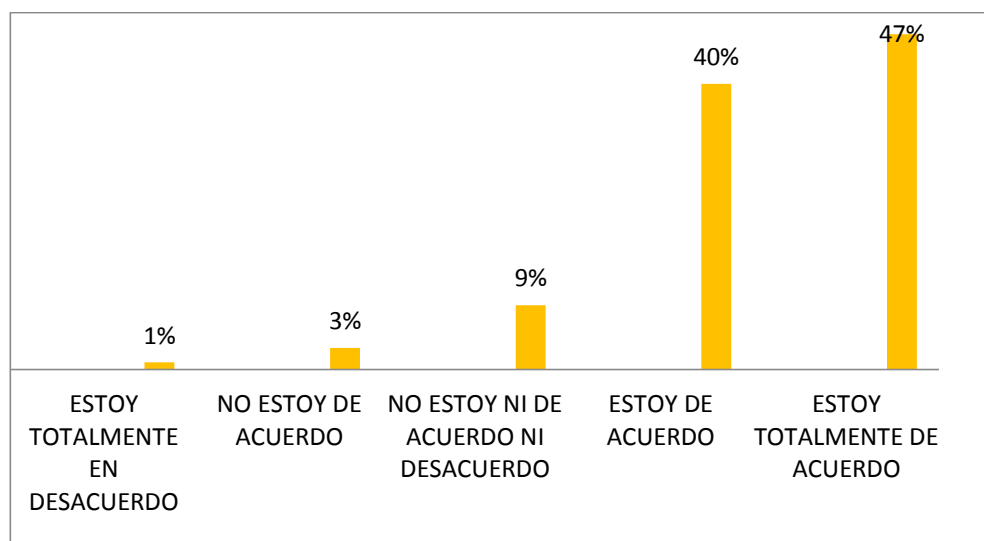


Ilustración 5 Empatía

Fuente: Elaboración propia, 2018.

El 47% afirma estar totalmente de acuerdo con la amabilidad y simpatía del personal, y el 40% afirma estar de acuerdo con la atención brindada por el personal.

Todo ello implica que el personal debe seguir brindando una mejor calidad de servicio, cabe resaltar que deben conocer sus gustos, preferencias y que no recomendar a los clientes; porque al ofrecer un servicio personalizado el huésped se siente completamente satisfecho.

Con relación al porcentaje más bajo del 1% y 3% que no está de acuerdo, se puede observar que aún existen deficiencias por mejorar en el servicio.

Discusión

La presente investigación tuvo como objetivo general en conjunto con el sexto objetivo específico el proponer y elaborar un plan de mejora para la calidad de servicio del hostel San Eduardo ubicado en distrito de Chiclayo, región Lambayeque, 2018.

Según Proaño, Gisbert y Pérez (2017), afirman que un plan de mejora se elabora en 4 pasos de los cuales se realizó los dos primeros, el análisis de las causas que provocan el problema; en este punto se aplicó el modelo Servperf adaptado por Ballón(2016) para poder tener conocimiento del estado general de las 5 dimensiones (elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía); y finalmente en el segundo paso que es sobre la propuesta y planificación del plan, se elaboró un plan para mejorar la calidad de servicio evaluada por cada dimensión.

En los resultados de los elementos tangibles pertenecientes al primer objetivo específico, en el ítem “No estoy de acuerdo ni en desacuerdo” se obtuvo un porcentaje prudente del 20%, debido a que los huéspedes encontraban dificultad al reconocer al colaborador porque no vestía un uniforme que lo represente. La conclusión que realizó en su investigación Palacios (2014) menciona que los hoteles deben hacer énfasis en la rapidez de brindar los servicios, agilidad para resolver problemas, brindar tranquilidad en la habitación, mostrar limpieza en todas las áreas del hotel ayuda a generar mayor confort a los huéspedes. Denton (1991) afirma. *“La calidad y la productividad son dos factores de la misma ecuación. Juntas, equivalen a la satisfacción del cliente y al éxito de la empresa”* (p.12)

En el segundo objetivo específico los resultados indicaron que los huéspedes se encuentran satisfechos con un 42% en relación a que los colaboradores realizan los servicios de forma fiable sin posibles errores ni confusiones. De acuerdo a la investigación de Pacheco y Nieto (2016) indica que el Hotel Zahir con categorización cuatro estrellas logran satisfacer a las diferentes exigencias de los clientes; debido a su constancia y perseverancia que mantienen los colaboradores del hotel y sus mandos operativos. *“La implantación de un sistema de calidad por parte de una empresa tiene una*

serie de ventajas, como la satisfacción del cliente y de los trabajadores, la optimización de los resultados y reducción de costes, el incremento de la agilidad en los procesos y la eliminación de defectos". (Álvarez ,2006, p.7).

En el tercer objetivo específico, la dimensión de empatía obtuvo un 47% ya que los huéspedes señalaron que el personal del Hostal San Eduardo es amable y cordial estando de acuerdo con la atención brindada. Sánchez (2017) en estudio sobre el hotel Perú Pacifico en Jesús María, recalca la importancia de gestionar la calidad en un hotel con una actitud amable y atenta por parte del personal para conseguir clientes satisfechos. De acuerdo a Nava (2005) *"calidad es una palabra de naturaleza subjetiva, una apreciación que cada individuo define según sus expectativas y experiencias, es un adjetivo que califica alguna acción, materia o individuo"* (p.15).

En el cuarto objetivo específico se encontró que existe una capacidad de respuesta positiva con 41% respecto a que los colaboradores se preocupan por estar atentos en satisfacer sus necesidades. Según la investigación de Ibérico (2016), afirma que las empresas hoteleras de categoría tres estrellas en la ciudad de Trujillo presentan la predisposición de resolver problemas de forma inmediata, resaltando que esta cualidad es propia de un establecimiento que brinda un buen servicio de calidad. *"La calidad no se consigue gracias a los expertos en calidad sino a la participación activa de todos los miembros de la empresa"* (Alcalde, 2009, p.15).

En el quinto objetivo específico, se centró en el ítem "No estoy de acuerdo" con un 11%, en donde el huésped siente cierta desconfianza por los colaboradores. Según Paglione (2012) afirma en su estudio que los clientes esperan recibir un servicio de buena calidad en cuanto a la capacidad que tiene el personal para ofrecer información acentuando que es una condición imprescindible para lograr competitividad y continuar mejorando. Alcalde (2009). *"La calidad es algo que va implícito en los genes de la humanidad; es la capacidad que tiene el ser humano por hacer la cosas bien"* (p.2).

V. Propuesta

Tabla 4 Propuesta

Dimensión	Objetivo	Descripción	Actividades	Responsable	Cronograma	Presupuesto
Elementos Tangibles	Tener un personal correctamente uniformado	La compra de un uniforme para todo el personal (administrador, recepcionistas y el área de housekeeping), de 10 camisas blancas y 10 pantalones de color negro, tanto para mujer y para hombre.	El uniforme será para el uso diario	Gerente	Noviembre	<p>Costo por camisa s/40.00 se requiere 10 camisas blancas Total: s/400.00</p> <p>Costo por Pantalones s/70.00 se requiere 10 pantalones (5 hombres y 5 mujeres) Total: s/700.00</p> <p>TOTAL COSTO: S/1100.00</p>
Fiabilidad	Realizar capacitaciones	Los temas serán sobre “Satisfacción al Cliente”, “Resolución de Conflictos”, “Atención al Público” y “Fidelización”	Se realizará 4 capacitaciones al año.	Área Administrativa	Enero, Abril, Julio y Noviembre.	<p>Costo por cada capacitación s/300.00 se requieren 4 capacitaciones por año Total: S./1200.00</p>

Capacidad de Respuesta	La adquisición de un portátil	El personal de recepción tendrá un portátil con un sistema incluido para la facilidad del servicio.	La compra de una laptop HP	Área Administrativa	Diciembre	El precio de la laptop HP en la tienda Ripley tiene un costo de Total: S./1599
Seguridad	Mejorar los procesos de selección del personal	Contratar los servicios de una psicóloga para cuando se realice una nueva selección del personal	Cada vez que se requiera un nuevo personal	Área Administrativa	Diciembre	El costo por cada asesoría contratada a la psicóloga Total: S./100.00
Empatía	Creación de página web	Se pagará a una empresa especialista en creación de páginas web de nombre DELIPET, a que diseñen una página para el hostal San Eduardo	Es un solo gasto en la creación de la página web	Área Administrativa.	Diciembre	El costo por la creación de una página web es de Total: s/60.00
TOTAL						S/4059.00

VI. Conclusiones

Con relación a la dimensión de tangibilidad se pudo apreciar en los resultados un alto porcentaje en que los clientes están de acuerdo con la limpieza, infraestructura en relación a la señalización en casos de emergencia lo cual indica que el consumidor asume que el hotel brinda una buena calidad de servicio.

En el caso de la dimensión de fiabilidad se pudo apreciar que el 42% de los clientes están de totalmente de acuerdo con los servicios que los colaboradores les brindaron, sin cometer errores.

En la tercera dimensión sobre la capacidad de respuesta un gran porcentaje de los clientes sienten que los colaboradores les brindaron los servicios de manera eficiente y eficaz.

La cuarta dimensión evaluada fue seguridad, un 42% señala estar en total acuerdo con la efectividad de los colaboradores para ayudar a los huéspedes, lo que transmite confianza haciéndole sentir importante y confiado en que pueden resolver sus dudas.

Por último la dimensión empatía, como resultado se obtuvo que un 47% está en total acuerdo con respecto a la amabilidad y simpatía del personal.

VII. Recomendaciones

1. En relación a los elementos tangibles fueron afectados con un 20% que marcaron los huéspedes en el ítem en la que no están de acuerdo ni en desacuerdo, debido a que se les dificultaba localizar al personal es necesario mejorar es brindar uniformes a los colaboradores, para que puedan identificarse con el Hostal San Eduardo y pueda facilitar que los huéspedes logren identificarlos rápidamente.
2. Como resultado del segundo objetivo específico, es que el 42% está de acuerdo con la fiabilidad que tienen los colaboradores al realizar los servicios con el mínimo margen de error. Es importante comenzar a realizar capacitaciones 4 veces al año poniendo en prácticas las virtudes de perseverancia y constancia.
3. En el tercer objetivo, que es la dimensión empatía, el huésped afirmó con un 47% que la atención brindada demostraba preocupación y comprensión a lo que sus necesidades demandaban. El hostal San Eduardo debe considerar la elaboración de una página web y adquisición de un programa que facilite el registro de los huéspedes, para que así el área de administración tenga a sus clientes más frecuentes en consideración para un evento especial.
4. Con relación al cuarto objetivo específico, se encontró una buena capacidad de respuesta por parte de los colaboradores. Se debe perfeccionar aportando un instrumento que ayude al personal a agilizar la atención y el servicio al cliente.
5. En el último objetivo específico de los huéspedes encuestados no estaban de acuerdo con la confianza que transmitían los colaboradores con un 11% como resultado, en la dimensión de seguridad, por eso es esencial mejorar los procesos de selección del personal a futuro.

VIII. Lista de referencias

- Alcalde, P. (2009). *Calidad*. España: Ediciones paraninfo S.A
- Álvarez, I. (2006). *Introducción a la calidad*. España: Ideas propias Editorial.
- Ballón, S. (2016). *Evaluación en la calidad de servicio y satisfacción del cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay*. Universidad Esan. Perú
- Beech, J. y Chadwick, S. (2009). *Modernización y calidad en la administración del turismo*. Madrid, España : Editorial Síntesis, S.A.
- Carcahusto, Z. (2016). *Relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en el Hotel Sakura de la ciudad de Juliaca*. Universidad Peruana Unión. Perú.
- Cueva, V. (2015). *Evaluación de la calidad percibida por los clientes del hotel los portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones*. Universidad de Piura. Piura. Perú.
- Denton, K. (1991). *Calidad en el servicio a los clientes*. España: ediciones Díaz de Santos S.A
- Díaz, B. y Jungbluth C. (1999). *Calidad total en la empresa peruana*. Lima, Perú : Fondo de Desarrollo Editorial.
- Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, L. M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México, D.F: McGraw-Hill Interamericana Editores.
- Ibérico, M. (2016). *El servicio de calidad en los hoteles tres estrellas del centro histórico de Trujillo*. Universidad Nacional de Trujillo. Perú.
- Jelves, A., Riquelme, Y. y Gómez, N. (2010). Evaluación de la calidad de servicio en centro de salud familiar en Chile. Horizontes Empresariales, Chile. Recuperado de <http://www.ubiobio.cl/miweb/webfile/media/42/version%209-2/marketing.pdf>
- Lara, R. y Chavéz, N. (2014). *Evaluación de la calidad del servicio del hotel Buenos Aires (Nuevo Chimbote), utilizando estándares derivados de las buenas prácticas*. Universidad Católica, Los Angeles, Chimbote, Perú.
- Muñoz, G. (2017). *Análisis de la calidad del servicio del hotel perla verde de la ciudad de esmeraldas*. Pontificia Universidad Católica de Ecuador. Ecuador
- Nagui, M. (2005). *Metodología de la investigación*. México: Limusa noriega editores

Nava V. (2005). *¿Qué es la calidad? conceptos, gurús y modelos fundamentales*. México: Editorial limusa.

Navarrete, E., Pupuche, C., & Villalobos, P. (2017). *Calidad en las Empresas del Sector Hotelero de la Región Lambayeque*. Pontificia universidad católica del Perú. Surco, Perú.

Pacheco, P. y Nieto, L. (2016). *Análisis de la calidad del servicio del sector hotelero, categorización cuatro estrellas en la ciudad de Cuenca; y, propuesta de diseño del modelo servqual para: hotel zahir 360*. Universidad de Cuenca. Perú.

Paglione, V. (2012). *Calidad de servicio de los eventos del Hotel JW Marriott, Caracas*. Universidad Simón Bolívar. Venezuela

Palacios, D. (2014). Evaluación de la calidad de servicio percibida en los establecimientos hoteleros de Quibdó. Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Colombia.

Pulido, N. (2014). *Comparativa de métodos de control de calidad en los servicios*. Perú. Recuperado de <http://portfolio.cicei.com/artefact/file/download.php?file=3491&view=385>

Sánchez, C. (2017) . *Plan de mejora organizacional como factor determinante de la calidad de servicio del Hotel Perú Pacífico en Jesús María* . Universidad privada norbert Wiener. Lima. Perú.

Santoma, R. y Costa G. (2007). *Calidad de servicio en la industria hotelera*. Revista de análisis turístico. Recuperado de <http://www.aecit.org/jornal/index.php/AECIT/article/view/53/48>.

Schiffman, L. & Lazar, L. (2001). *Comportamiento del consumidor* (7ma ed.). México : Editorial Prentice Hall.

Vargas, M. y Aldana, L. (2015). *Calidad y servicio, conceptos y herramientas*. Bogotá : Ecoe Ediciones.

Zaragoza, E. (2015) . *Aplicación del modelo de calidad del servicio servqual en el área de recursos humanos de la empresa nacional car rental en México*. Universidad Jesuita de Jalara, México.

Zeithaml V. & Bitner, M. (2002). *Marketing de Servicios*. 2ª. Edición, McGraw-Hill.

IX. Anexos

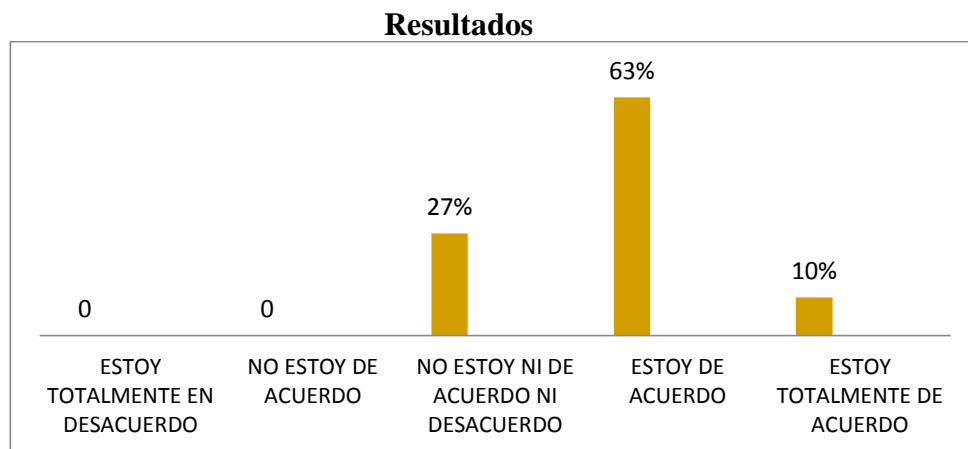


Ilustración 6 Equipamiento del edificio
Fuente: Elaboración propia, 2018.

En relación al equipamiento del edificio, 63% afirman que están de acuerdo en su equipamiento, este incluye ascensores, habitaciones, pasillo, etc. Mientras que solo un 10% indica que está en desacuerdo.

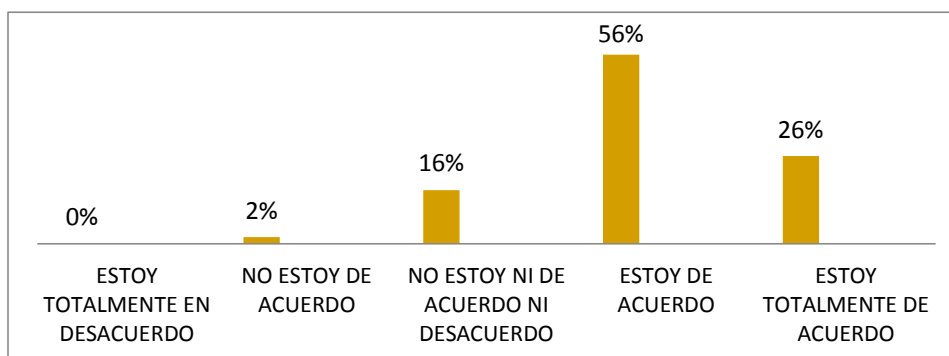


Ilustración 7 Las instalaciones del hotel
Fuente: Elaboración propia, 2018.

Los resultados indicaron que el 56% de los huéspedes están de acuerdo con la limpieza de las instalaciones, y el 2% indicaron que no están de acuerdo.

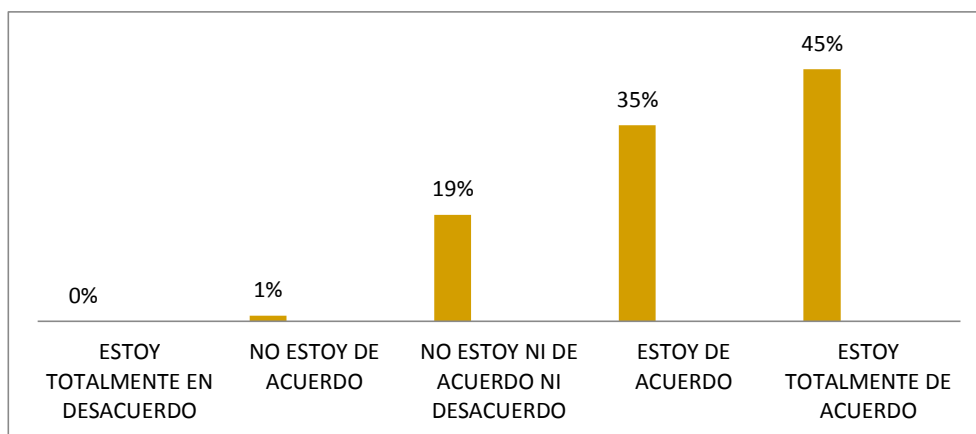


Ilustración 8 El personal del hotel tiene una apariencia libre y agradable
Fuente: Elaboración propia, 2018.

El 57 % está totalmente de acuerdo con la apariencia limpia y agradable del personal del hostel, sin embargo un 7% afirma estar ni de acuerdo ni desacuerdo.

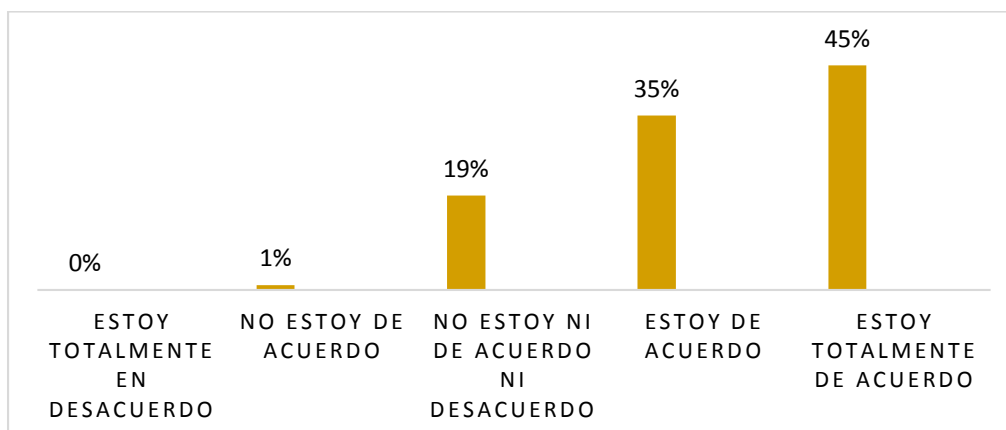


Ilustración 9 La habitación cuenta con todos los servicios necesarios
Fuente: Elaboración propia, 2018

El 56 % indica estar totalmente de acuerdo en que la habitación cuenta con todos los servicios necesarios como agua caliente, limpieza, camas cómodas e internet y un 2% no está de acuerdo.

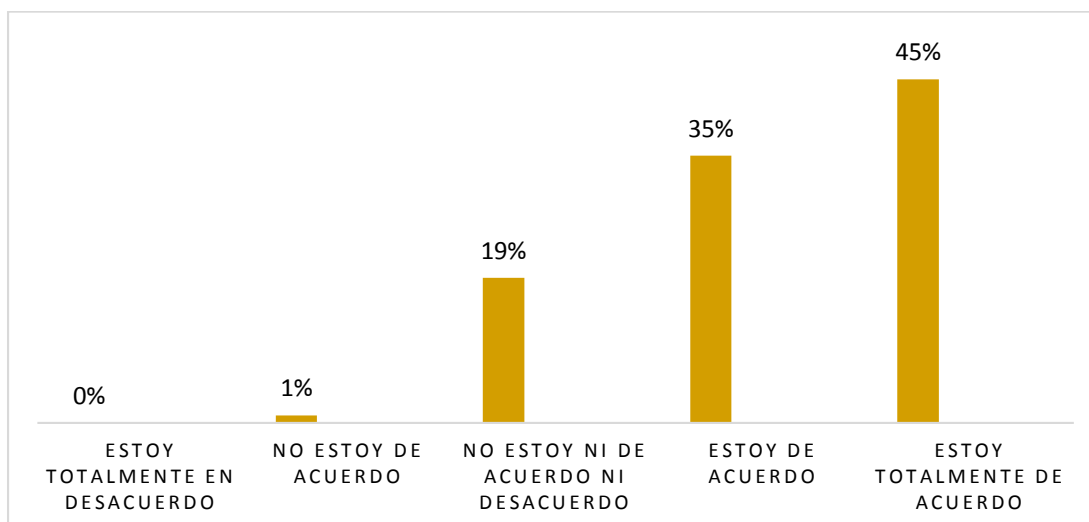


Ilustración 10 El hotel transmite un buen servicio
Fuente: Elaboración propia, 2018.

El 67% está totalmente de acuerdo que el hotel transmite un buen servicio desde el primero momento y un 3% afirma no estar de acuerdo.

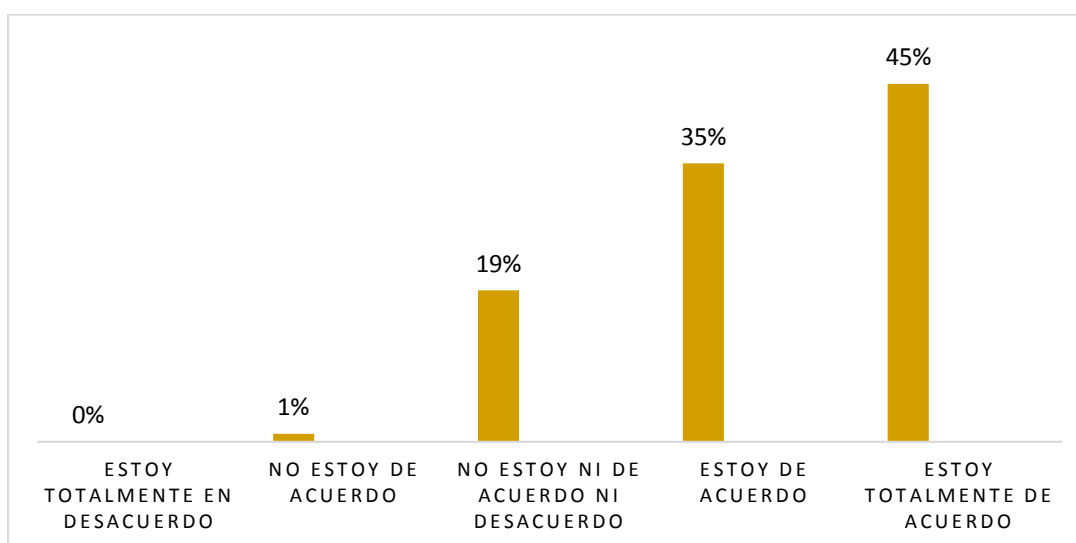


Ilustración 11 Siento confianza de acudir al personal
Fuente: Elaboración propia, 2018.

El 56% indica estar de acuerdo en sentir confianza al acudir al personal del hostel cuando necesitan ayuda o algo en particular mientras que un 1% no está de acuerdo.

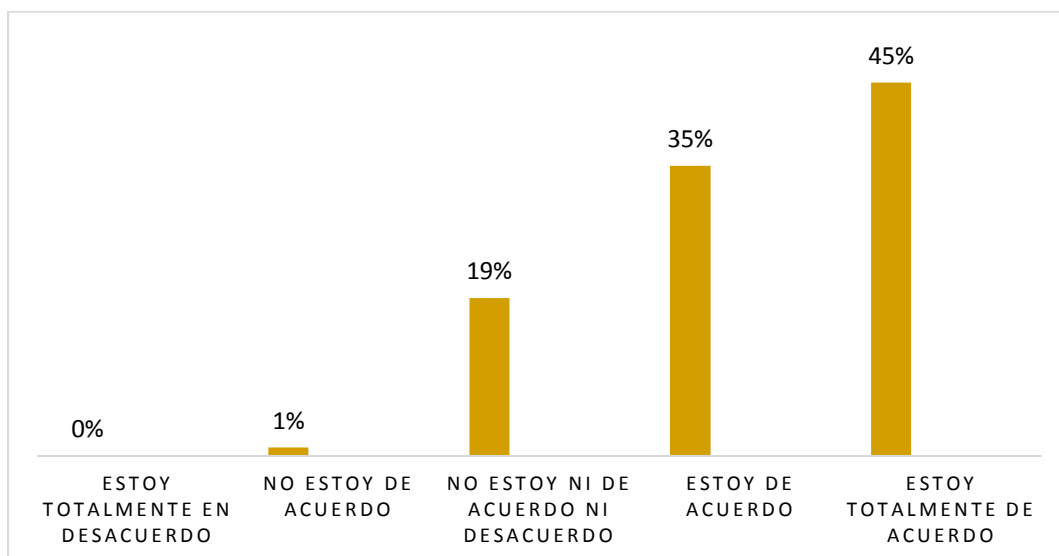


Ilustración 12 Prestan el servicio en el tiempo prometido

Fuente: Elaboración propia, 2018.

En relación al tiempo prometido en que prestan el servicio indicaron que un 55% está de acuerdo y un 9% no está de acuerdo.

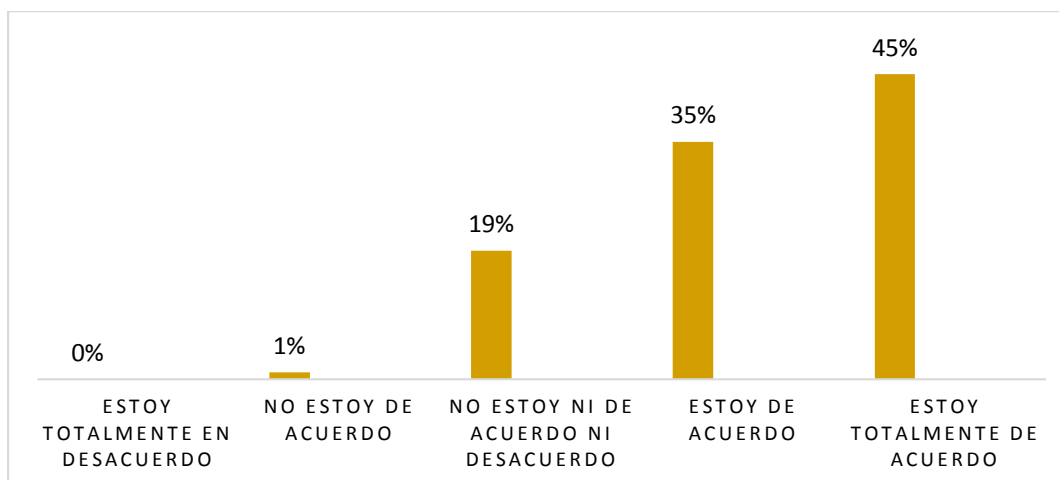


Ilustración 13 El personal del hotel muestra preocupación por no cometer errores

Fuente: Elaboración propia, 2018.

El 37% está de acuerdo en que el personal del hotel muestra preocupación por no cometer errores y un 5% no está de acuerdo.

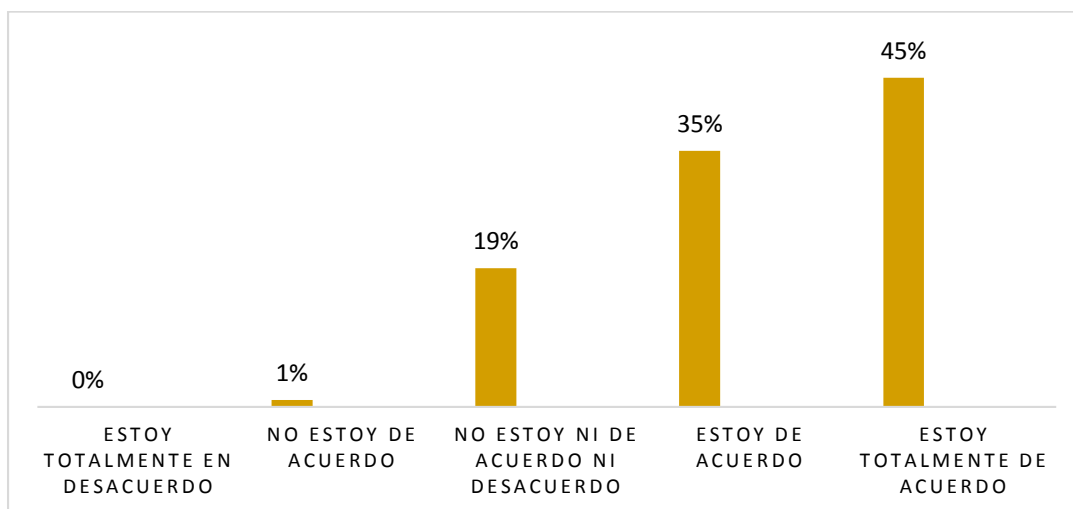


Ilustración 14 El personal del hotel siempre está dispuesto a atenderme y ayudarme

Fuente: Elaboración propia, 2018.

El 52% indica que está totalmente de acuerdo en que el personal del hotel siempre está dispuesto a atenderlos y ayudarlos, mientras que un 2% no está de acuerdo.

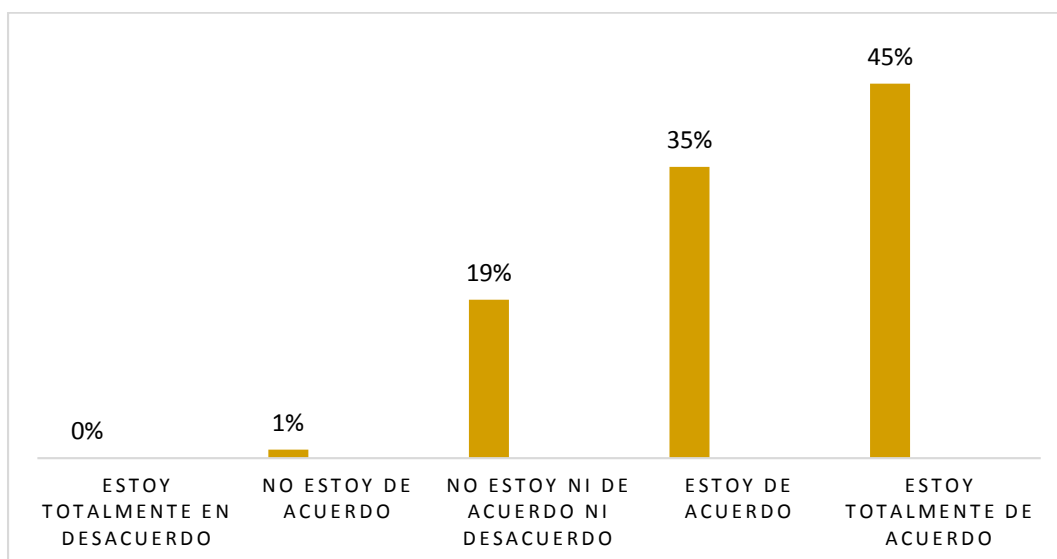


Ilustración 15 El personal del hotel ofrece un servicio rápido a sus clientes

Fuente: Elaboración propia, 2018.

El 44% está totalmente de acuerdo en que el personal del hotel ofrece un servicio rápido a sus clientes, y un 9% afirmó que no está de acuerdo.

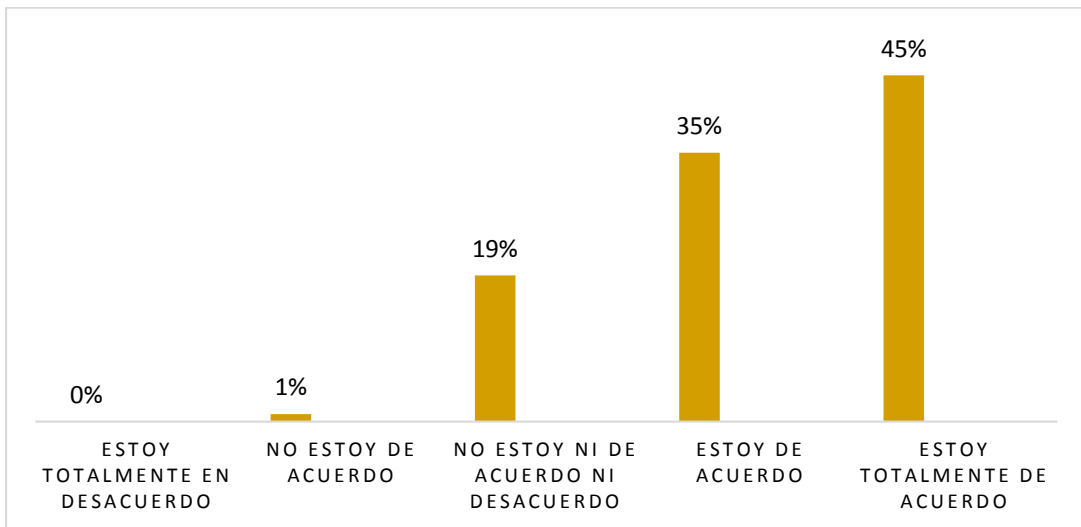


Ilustración 16 Informan con sinceridad acerca de todas las condiciones del servicio
Fuente: Elaboración propia, 2018.

El 45% indicó estar totalmente de acuerdo en que la información fue puntual y con sinceridad acerca de las condiciones de servicio, y un 1% no está de acuerdo.

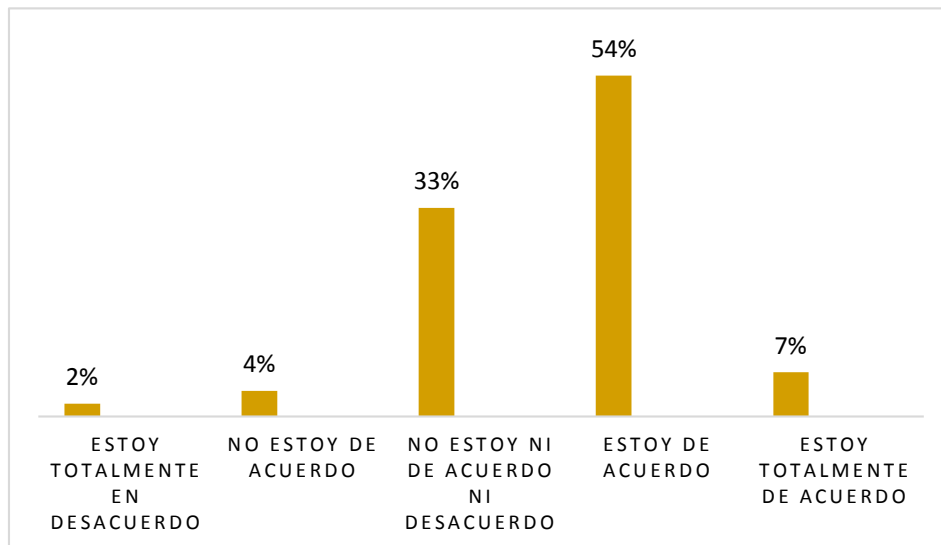


Ilustración 17 El personal del hotel siempre está dispuesto para responder a las preguntas de sus clientes

Fuente: Elaboración propia, 2018.

Un 54% indicó estar de acuerdo en que el personal del hotel está dispuesto a responder las preguntas de los clientes, mientras un 2% no está de acuerdo.

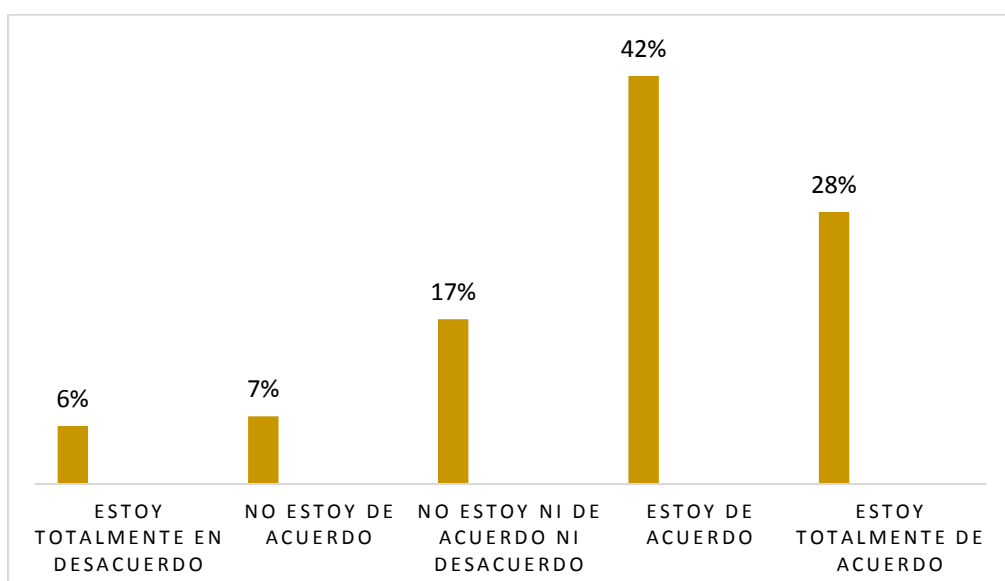


Ilustración 18 El comportamiento del personal del hotel transmite confianza a sus clientes

Fuente: Elaboración propia, 2018.

El 42% indica estar de acuerdo en que el personal del hotel transmite confianza a sus clientes, mientras un 6% está totalmente en desacuerdo.

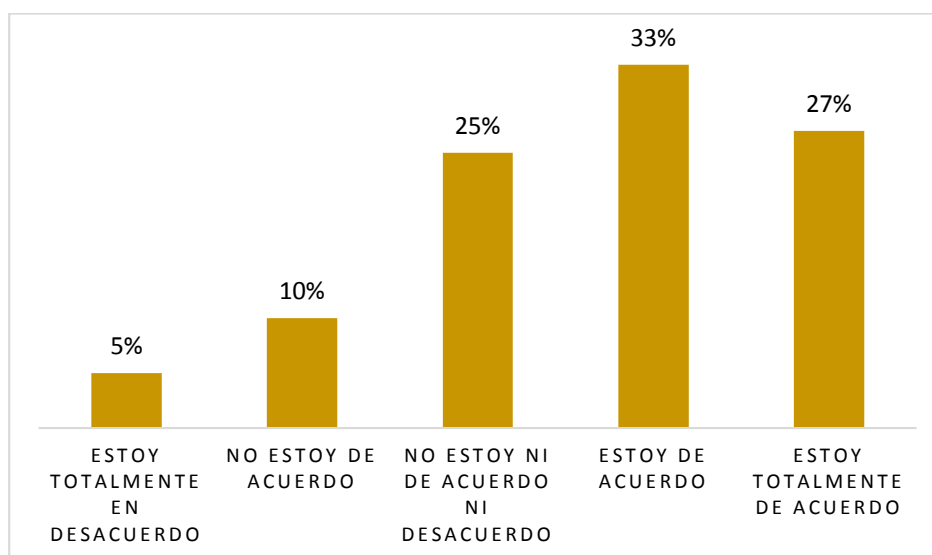


Ilustración 19 El personal del hotel actúa con discreción y respeta la intimidad del cliente

Fuente: Elaboración propia, 2018.

El 33% está de acuerdo en que el personal del hotel actúa con discreción y respeta la intimidad de los clientes, mientras un 5% está totalmente en desacuerdo.

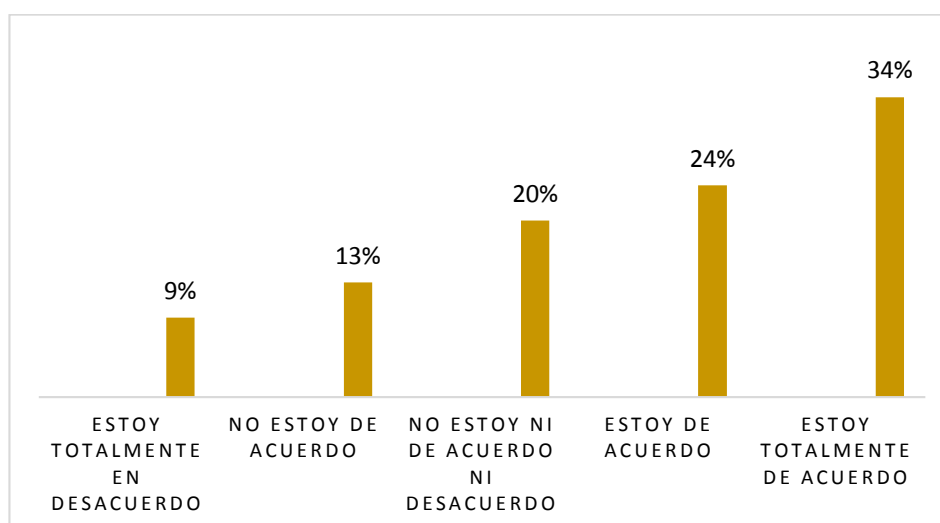


Ilustración 20 El personal del hotel es competente y profesional
Fuente: Elaboración propia, 2018.

El 34% está totalmente de acuerdo en que el personal del hostel es competente y profesional, mientras un 9% está totalmente en desacuerdo.

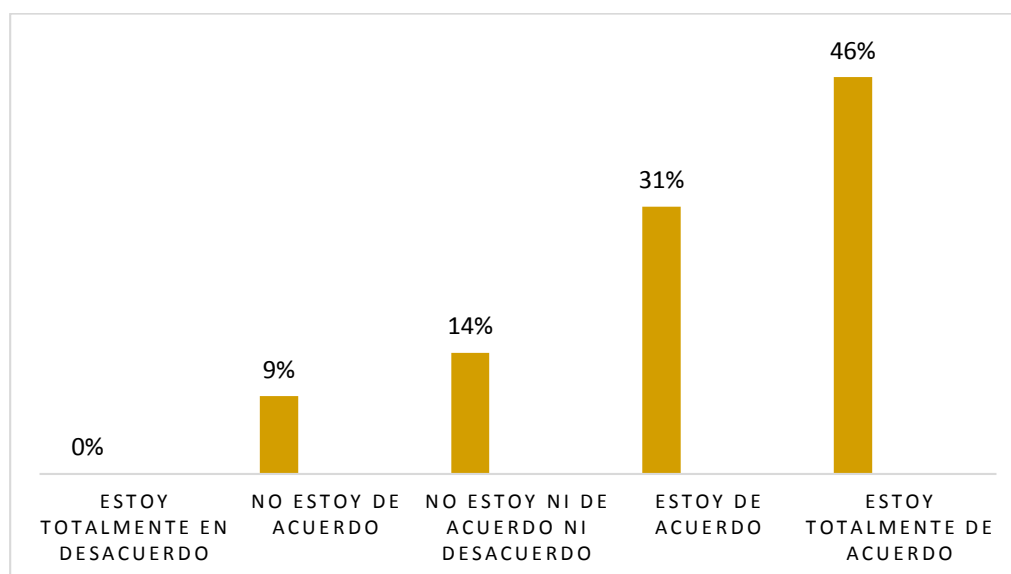


Ilustración 21 Las instalaciones son seguras (cumple las normas de seguridad)
Fuente: Elaboración propia, 2018.

Con relación a la seguridad un 46% indico estar totalmente de acuerdo en que las instalaciones son seguras, y un 9% no está de acuerdo.

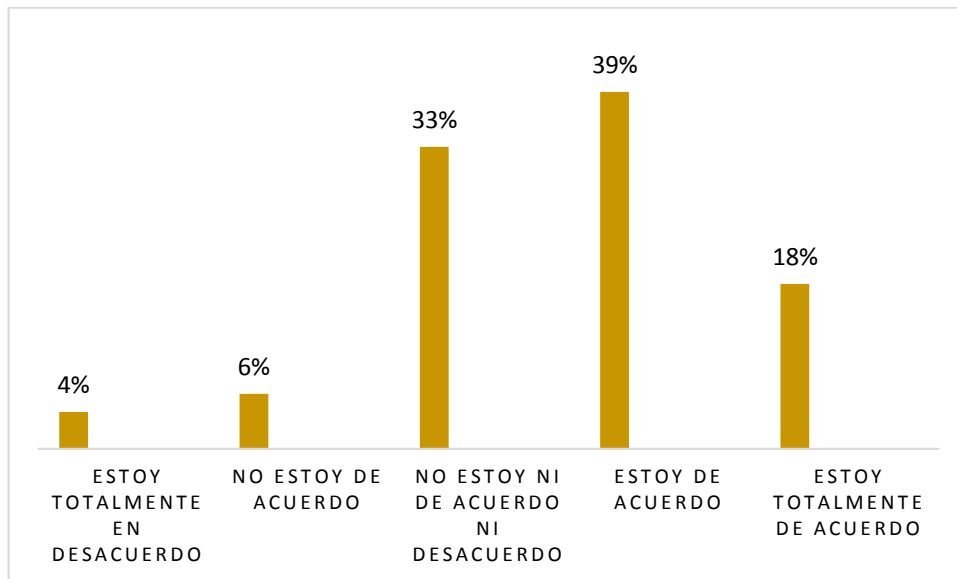


Ilustración 22 Los accesos al hotel (localización) son fáciles

Fuente: Elaboración propia, 2018.

El 39% está totalmente de acuerdo en que los accesos al hostel en relación a su localización son fáciles y un 4% está totalmente en desacuerdo.

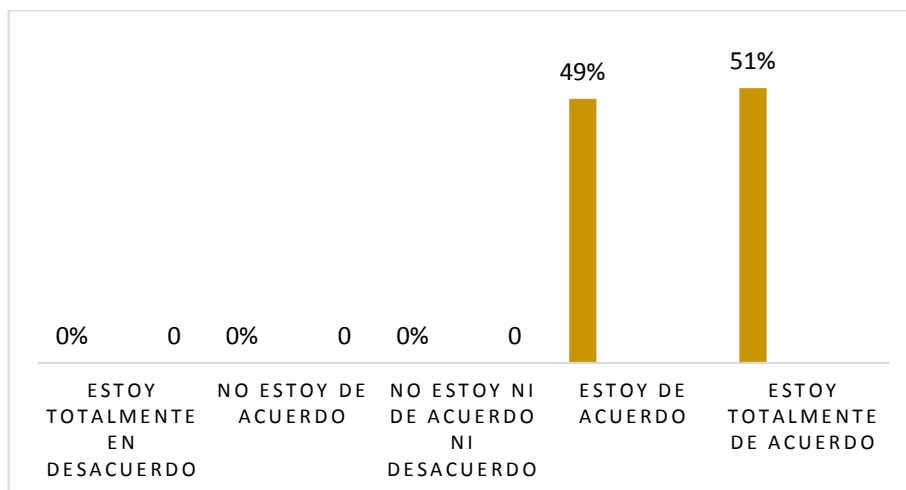


Ilustración 23 Los horarios de trabajo del hotel se adaptan a las necesidades del cliente

Fuente: Elaboración propia, 2018.

El 51% está totalmente de acuerdo en que los horarios del hostel si se adaptan a las necesidades de los clientes, mientras un 49% está de acuerdo.

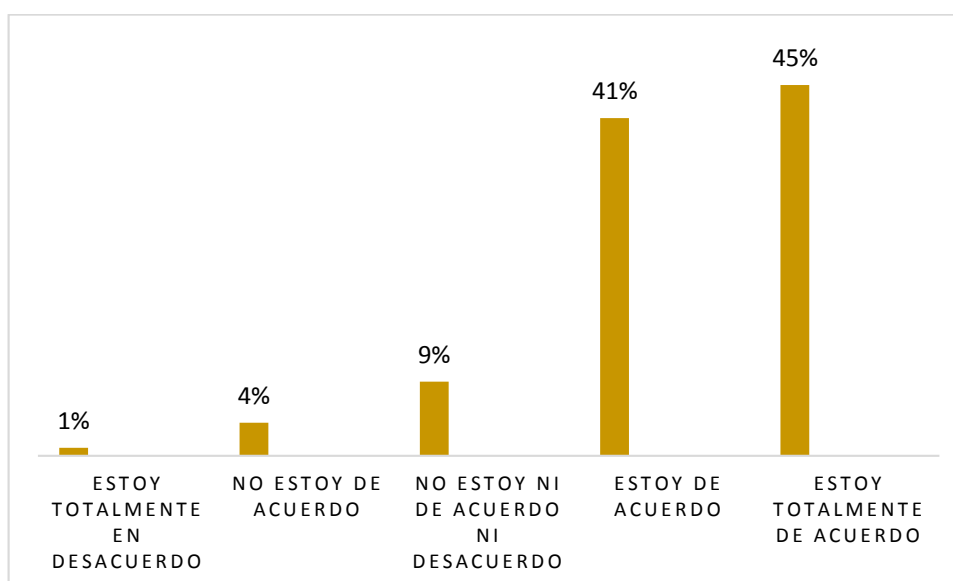


Ilustración 24 El hotel se preocupa por el bienestar de sus clientes

Fuente: Elaboración propia, 2018.

El 45% está totalmente de acuerdo en que el hotel se preocupa por el bienestar de los clientes, mientras un 1% está totalmente en desacuerdo.

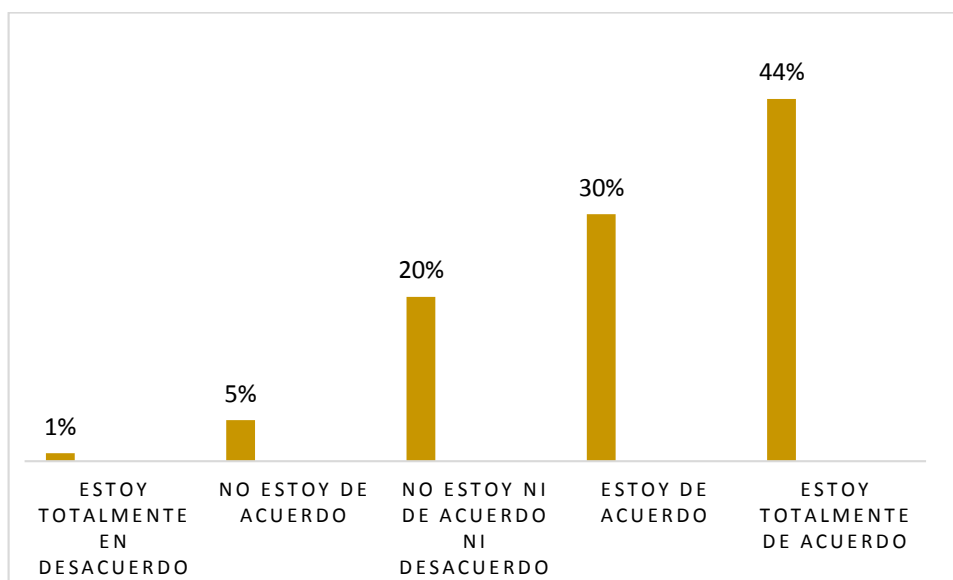


Ilustración 25 El hotel da a sus clientes una atención individualizada

Fuente: Elaboración propia, 2018.

El 44% indicó estar totalmente de acuerdo en que el hotel ofrece a sus clientes una atención individualizada, mientras un 1% está totalmente en desacuerdo.



Escuela de Administración Hotelera y Servicios Turísticos

TESIS: "PLAN DE MEJORA PARA LA CALIDAD DE SERVICIO DEL HOSTAL "SAN EDUARDO" CHICLAYO, 2018"

Somos estudiantes de la universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, de la Escuela de administración Hotelera y de Servicios Turísticos.

Esta encuesta está basada en el modelo SERVPERF, realizada para medir las percepciones que tiene el huésped sobre el hostal San Eduardo de dos estrellas con el objetivo de proponer un plan de mejora para la calidad de servicio que este hostal ofrece.

INSTRUCCIONES: Marcar con un aspa (X) según corresponda a cada pregunta.

T.E: Totalmente en desacuerdo

E.D: En desacuerdo

N: Ninguno

D.A: De acuerdo

T.A: Totalmente de acuerdo

ITEMS	T.E	E.D	N.	D.A	T.A
1. El equipamiento del edificio (habitaciones, pasillos, etc.) está bien conservados.	1	2	3	4	5
2. Las instalaciones del hotel están limpias.	1	2	3	4	5
3. El personal del hotel tiene una apariencia limpia y agradable.	1	2	3	4	5
4. La habitación cuenta con todos los servicios necesarios (agua caliente, limpieza, camas cómodas, internet) para sentirme cómodo durante mi estancia.	1	2	3	4	5
5. El hotel transmite un buen servicio desde el primer momento.	1	2	3	4	5
6. Cuando necesito ayuda o algo en particular, siento toda la confianza de acudir al personal del hotel para	1	2	3	4	5

que se haga cargo de mi asunto.					
7. Prestan el servicio en el tiempo prometido.	1	2	3	4	5
8. El personal del hotel muestra preocupación por no cometer errores.	1	2	3	4	5
9. El personal del hotel siempre está dispuesto a atenderme y ayudarme.	1	2	3	4	5
10. El personal del hotel ofrece un servicio rápido a sus clientes.	1	2	3	4	5
11. Informan puntualmente y con sinceridad acerca de todas las condiciones del servicio.	1	2	3	4	5
12. El personal del hotel siempre está dispuesto para responder a las preguntas de sus clientes.	1	2	3	4	5
13. El comportamiento del personal del hotel transmite confianza a sus clientes.	1	2	3	4	5
14. El personal del hotel actúa con discreción y respeta la intimidad del cliente.	1	2	3	4	5
15. El personal del hotel es competente y profesional.	1	2	3	4	5
16. Las instalaciones son seguras (cumple las normas de seguridad).	1	2	3	4	5
17. Los accesos al hotel (su localización) son fáciles	1	2	3	4	5
18. Los horarios de trabajo del hotel se adaptan a las necesidades del cliente	1	2	3	4	5
19. El hotel se preocupa por el bienestar de sus clientes.	1	2	3	4	5
20. El hotel da a sus clientes una atención individualizada.	1	2	3	4	5

Fuente: Ballon (2016)

¡Muchas gracias por su tiempo!

Ilustración 26 Encuesta

Fuente: Elaboración propia, 2018.