

**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
TECNOLÓGICO PRIVADO  
JOHN VON NEUMANN**

**CARRERA PROFESIONAL TÉCNICA DE  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**



**“PROPUESTA DE UN PLAN DE MEJORA EN LA CALIDAD  
DE SERVICIO BRINDADO AL CLIENTE DEL HOSPEDAJE  
COSTA VERDE DEL CERCADO DE LA CIUDAD DE TACNA -  
2015”**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO A NOMBRE DE LA NACIÓN DE:  
PROFESIONAL TÉCNICO EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**AUTORES:**

**ESCALANTE, VASQUEZ GABY CRISTINA  
VILCA, CABANA LINO WILLY**

**DOCENTE GUÍA:**

**JEHOVANNI FABRICIO VELARDE MOLINA**

**TACNA – PERÚ  
2015**

“El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad de los autores”

## INDICE

<b>INDICE</b> .....	3
1. INTRODUCCIÓN:.....	5
2. EL PROBLEMA: .....	7
2.1. Planteamiento del Problema.....	7
a. Diagnóstico.....	7
b. Pronóstico.....	7
c. Control.....	7
2.2. Formulación del Problema .....	8
a. Problema General .....	8
b. Problemas específicos.....	8
3. OBJETIVOS: .....	8
3.1. Objetivo General.....	8
3.2. Objetivos Específicos.....	8
4. JUSTIFICACIÓN: .....	9
4.1. Justificación Teórica.....	9
4.2. Justificación Metodológica .....	10
4.3. Justificación Práctica .....	11
5. DEFINICIONES OPERACIONALES:.....	11
5.1. Variable Independiente.....	11
5.2. Variable Dependiente .....	12
6. METODOLOGÍA:.....	12
6.1. Tipo de Investigación.....	12
6.2. Técnicas y Escalas .....	13
7. ALCANCES Y LIMITACIONES: .....	15
7.1. Alcance .....	15
7.2. Limitaciones .....	16
8. MARCO TEÓRICO: .....	18
8.1. Antecedentes de la Investigación .....	18
8.2. Bases Teóricas .....	21
8.3. Definiciones de Términos.....	26
8.4. Análisis Crítico .....	27
9. MARCO REFERENCIAL:.....	30

9.1.	Reseña Histórica .....	30
9.2.	Misión .....	30
9.3.	Visión.....	30
9.4.	Funciones Generales.....	30
9.5.	Objetivos Generales .....	31
9.6.	Organigrama .....	31
9.7.	Análisis Crítico .....	34
10.	IDENTIFICACIÓN DEL ÁREA DE MEJORA: .....	37
11.	PRINCIPALES CAUSAS DEL PROBLEMA:.....	38
12.	CUADRO DE ACCIONES PRIORITARIAS: .....	41
13.	SELECCIÓN DE AREAS DE MEJORA:.....	42
	<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>51</b>
	<b>RECOMENDACIONES</b> .....	<b>52</b>
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>53</b>
	<b>ANEXOS</b> .....	<b>55</b>

## 1. INTRODUCCIÓN:

En el presente propuesta de mejora se abordó el tema de “Calidad de servicio brindado al cliente del Hospedaje Costa Verde del Cercado de la Ciudad de Tacna - 2015”. Merece resaltar que el interés que motivó a realizar esta propuesta de mejora es que se observó una administración muy deficiente, ausencia de identificación tanto organizacional como del personal, sin planes de desarrollo y crecimiento hacía el futuro como empresa, lo que dificulta el desarrollo económico de la empresa.

Se debe precisar que en la actualidad la necesidad de que las empresas y organizaciones de todo el mundo mejoren su calidad, atención al cliente como una condición necesaria para poder competir y sobrevivir en los mercados globalizados, ha llevado a que las empresas incrementen su competitividad, fijen objetivos cada vez más importantes, ejecuten acciones con tendencias a priorizar las causas de sus diversos problemas y deficiencias.

Por esta razón se ha considerado importante evaluar la calidad del servicio al cliente para el hospedaje costa verde, para que una vez evaluado el servicio se identifique las falencias y sea posible proponer soluciones para contrarrestar las causas de las debilidades en esta área.

La evaluación permitirá determinar los indicadores de satisfacción y a su vez los puntos que presentan debilidades, para con base en estos proponer un programa de mejoramiento pertinente.

# ***CAPITULO I***

## 2. EL PROBLEMA:

### 2.1. Planteamiento del Problema

#### a. Diagnóstico

En la actualidad los clientes exigen cada vez más calidad en los servicios y el proceso de alojamiento es un macro proceso claves dentro de la hotelería deben tener ello muy en cuenta y asegurar la calidad de todos los elementos del servicio.

En el hospedaje COSTA VERDE se puede observar que la calidad de servicio que brinda no cumple óptimamente con las expectativas de sus clientes que adquieren los servicios, esto debido a que no hay un conocimiento debido sobre la prestación de un servicio y la diferenciación que debe poseer para brindar un servicio de calidad.

#### b. Pronóstico

Si no se realiza una mejora en la calidad de servicio del hospedaje, cabe la posibilidad de que aumente los niveles de insatisfacción de los clientes harán uso de este servicio lo cual, llevara a la disminución de los mismos en el hospedaje COSTA VERDE.

#### c. Control

Para realizar una mejora de la calidad de servicio del hospedaje COSTA VERDE, debemos identificar cuales con los variables de la calidad de servicio, así mismo es importante comprender cuáles son las dimensiones y cómo impacta esta

misma en cada una basándonos de la percepción inicial de los clientes y la experiencia que llevarán a sus hogares u otros lugares. Una correcta gestión de alojamiento, debidamente organizada, así mismo orientada a las necesidades del cliente, conseguirá tener una imagen prestigiosa con respecto a la experiencia que viva el cliente, fomentando un aumento de satisfacción.

## 2.2. Formulación del Problema

### a. Problema General

¿Cómo se puede mejorar la calidad de servicio que brinda a sus clientes el Hospedaje Costa Verde?

### b. Problemas específicos

- ¿Cuál es la percepción actual de la calidad de servicio al cliente del hospedaje Costa Verde?
- ¿Cuál es la situación actual del servicio brindado del Hospedaje Costa Verde?
- ¿Cuáles son los mecanismos necesarios para implementar la mejora en la calidad del servicio del Hospedaje Costa Verde?

## 3. OBJETIVOS:

### 3.1. Objetivo General

Elaborar un plan de mejora de la calidad de servicio al cliente del hospedaje COSTA VERDE.

### 3.2. Objetivos Específicos

- Identificar la percepción actual de la calidad de servicio al cliente del hospedaje COSTA VERDE.
- Identificar la situación actual del servicio brindado del hospedaje COSTA VERDE.
- Desarrollar los mecanismos necesarios para implementar la mejora en la calidad de servicio del hospedaje COSTA VERDE.

#### 4. JUSTIFICACIÓN:

##### 4.1. Justificación Teórica

Según (Parasuraman, Zeithmal y Berry, 1985), definen la calidad de servicio percibida como el juicio global del cliente acerca de la excelencia o superioridad del servicio, que resulta de la comparación entre las expectativas de los consumidores (lo que ellos creen que las empresas de servicios deben ofrecer) y sus percepciones sobre los resultados del servicio ofrecido. Indican que, a la hora de evaluar la calidad de servicio, y en ausencia de criterios de carácter objetivo, es necesario llevar a cabo un diagnóstico a partir del análisis de las percepciones de los clientes o usuarios con relación al servicio recibido.

Estos autores señalan que la satisfacción del cliente está ligado al concepto de calidad de servicio, en el que el nivel de calidad de un servicio es el cliente que lo recibe y en particular, dos factores: sus expectativas y su experiencia, así mismo consideran que un cliente percibe un servicio como de alta calidad cuando su experiencia concreta con la empresa iguala o supera sus

expectativas iniciales, de este modo una definición clásica de calidad del servicio.

Así mismo los autores (Philip Kotler y Keller, 2006) definen la satisfacción del cliente como:

Una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previas. Si los resultados son inferiores a las expectativas el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado.

#### 4.2. Justificación Metodológica

Según (Gomez Cejas, Guillermo, 1997, pág. 96 a la 103), el flujo grama o flexo grama es un diagrama que expresa gráficamente las distintas operaciones que componen un procedimiento o parte de este, estableciendo su secuencia cronológica. Según su formato o propósito, puede contener información adicional sobre el método de ejecución de las operaciones, el itinerario de las personas, las formas, la distancia recorrida el tiempo completo, etc.

Según (Ishikawa, Kaouro, 2011), el diagrama de causa y efecto es una técnica gráfica que se puede utilizar en equipos para identificar y para arreglar las causas de un acontecimiento o un problema o un resultado. Ilustra gráficamente la relación

jerárquica entre las causas según su nivel de importancia o detalle y dado un resultado específico. También llamado: Diagrama de Ishikawa.

#### 4.3. Justificación Práctica

Llevado este proyecto a cabo se podrá contribuir para la identificación del problema y los factores que se podrían mejorar, las mismas que se han tomado en consideración para proponer una mejora de la calidad del servicio brindado por el hospedaje COSTA VERDE, basados en el análisis y evaluación de los diversos aspectos, de esa manera se podrá tomar decisiones, frente a este déficit que se está presentando en dicha empresa con los clientes que adquieren el servicio. Las quejas por parte de los clientes demostrando su inconformidad e insatisfacción sobre la prestación del servicio son lo que nos llevan a realizar este proyecto.

### 5. DEFINICIONES OPERACIONALES:

#### 5.1. Variable Independiente

**CALIDAD DE SERVICIO:** Según (Müller de la Lama, Enrique, 1999)"Consiste en cumplir expectativas del cliente" y (Larrea Angulo, Pedro, 1991)"Es la percepción que tiene un cliente acerca de la correspondencia entre el desempeño y las expectativas, relacionados con el conjunto de elementos, cuantitativos y cualitativos, de servicio".

Podemos concluir que la calidad de servicio es cumplir con las expectativas del cliente dependiendo cuán satisfechos están luego de recibir un servicio.

La calidad de servicio es muy importante ya que estamos en un mundo muy competitivo y si el producto o servicio no es de calidad pues estamos en gran desventaja con nuestros competidores. Para esto es mucho más difícil medir la calidad de un servicio que la de un producto, ya que es intangible y caben posibilidades de no tener un buen servicio y no se pueda percibir.

Definición Operacional: Diagrama de Ishikawa.

## 5.2. Variable Dependiente

**PLAN DE MEJORAMIENTO:** Es el conjunto de elementos de control, que consolidan las acciones de mejoramiento necesarias para corregir las desviaciones encontradas en el Sistema de Control Interno y en la gestión de operaciones, que se generan como consecuencia de los procesos de autoevaluación, de evaluación independiente y de las observaciones formales provenientes de los órganos de control.

## 6. METODOLOGÍA:

### 6.1. Tipo de Investigación

La investigación es de tipo cuantitativo descriptivo, las variables a considerar para esta mejora se basan en la descripción y análisis de la calidad que ofrece el servicio de atención al cliente dentro del hospedaje COSTA VERDE. Se destaca un aspecto

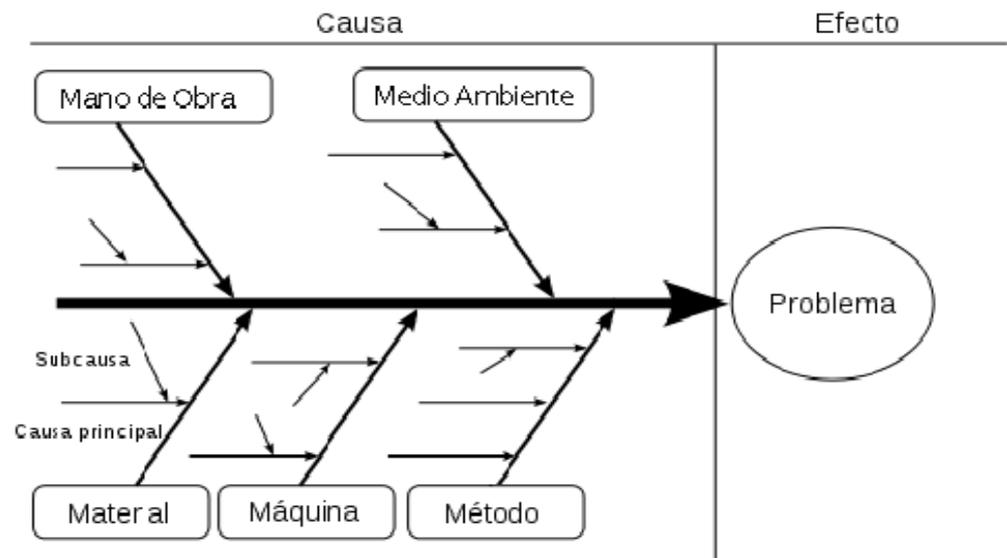
fundamental que se refiere al nivel de satisfacción que el servicio genera en los clientes una vez que visitan el hospedaje, dando oportunidad de fortalecer los elementos positivos y modificar aquellos que pueden incrementar el bienestar de los clientes.

El universo de estudio se consideró a la totalidad de los clientes que adquieren el servicio del hospedaje COSTA VERDE.

## 6.2. Técnicas y Escalas

Para saber las causas del bajo índice de satisfacción al cliente que se manifiesta en el hospedaje COSTA VERDE, se tomó como instrumento de medida la encuesta, ya que por las características del formato nos proporciona mayor manejo de la información requerida. Dicho formato será tomado de un modelo hecho para medir la calidad del servicio y será adaptado a las características del hospedaje COSTA VERDE.

Por tal motivo para el presente proyecto se tomara en cuenta el Diagrama de Ishikawa que fue creado por el profesor Kaoru Ishikawa de la Universidad de Tokio, experto Japonés altamente reconocido en el tema de gerencia de la calidad. Su primer uso fue en 1943 para ayudar a explicar a un grupo de ingenieros de la Kawazaki Steel Works cómo un sistema complejo de factores, se puede relacionar para ayudar a entender un problema. Usaremos este diagrama reconociendo las causas y efectos para poder responder a los problemas identificados inicialmente, seguidamente analizarlos.



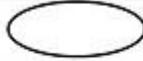
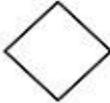
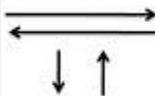
Fuente: Página web de Profe Gonzalo Vergara

Luego se procederá hacer un Flujograma para los problemas críticos encontrados.

Según (Gomez Cejas, Guillermo, 1997) es importante ya que ayuda a designar cualquier representación gráfica de un procedimiento o parte de este, el flujograma de conocimiento o diagrama de flujo, como su nombre lo indica, representa el flujo de información de un procedimiento.

En la actualidad los flujogramas son considerados en la mayoría de las empresas o departamentos de sistemas como uno de los principales instrumentos en la realización de cualquier método y sistema.

Un flujograma tiene símbolos que interpretan la información, como a continuación se detalla.

SÍMBOLO	NOMBRE	ACCIÓN
	Terminal	Representa el inicio o el fin del diagrama de flujo.
	Entrada y salida	Representa los datos de entrada y los de salida.
	Decisión	Representa las comparaciones de dos o mas valores, tiene dos salidas de información falso o verdadero
	Proceso	Indica todas las acciones o cálculos que se ejecutaran con los datos de entrada u otros obtenidos.
	Líneas de flujo de información	Indican el sentido de la información obtenida y su uso posterior en algún proceso subsiguiente.
	Conector	Este símbolo permite identificar la continuación de la información si el diagrama es muy extenso.

Fuente: <https://tecnologiadiferente.wordpress.com/> (enlace web)

## 7. ALCANCES Y LIMITACIONES:

### 7.1. Alcance

- El proyecto a desarrollar tiene como alcance elaborar un plan de mejora en la calidad de servicio al cliente del hospedaje COSTA VERDE.
- El presente proyecto consiste en elaborar un diagnóstico para proponer estrategias de mejoramiento del servicio que brinda el hospedaje COSTA VERDE, con referencia a las causas que tiene dicho hospedaje y análisis de sus efectos.

- Los aspectos puntuales que comprende este plan de mejora están referidos a la calidad de servicio, la satisfacción del cliente y en lo referente al hospedaje COSTA VERDE.

## 7.2. Limitaciones

- Falta de información sobre el hospedaje COSTA VERDE.
- Disposición por parte de los empleados para brindar información o escaso tiempo para poder brindárnosla.

# ***CAPITULO II***

## 8. MARCO TEÓRICO:

### 8.1. Antecedentes de la Investigación

Para el desarrollo de este proyecto nos basamos en estudios anteriormente hechos y que son necesarios para tenerlos de guía y continuar con el proceso de nuestro proyecto.

**TESIS: “Plan de mejora de la calidad del servicio en las empresas turísticas de alojamiento del Balneario de Las Peñitas – Poneloya”**

#### **Introducción:**

El Balneario de Las Peñitas – Poneloya es un destino con atracción turística sobre todo en las temporadas de mayor afluencia como son: La Semana Santa y fin de año. Sin embargo, las empresas turísticas de alojamiento en esta zona no ofrecen a los turistas un servicio de calidad en su totalidad, por esta razón se pretende diseñar un plan de mejorar dicho aspecto y contribuir al desarrollo de la localidad.

El presente plan tiene como objetivo mejorar la calidad del servicio de alojamiento en las empresas turísticas del Balneario Las Peñitas – Poneloya, y de esta manera contribuir con la satisfacción de los clientes, a través de un conjunto de criterios o factores que son complementario para la creación del servicio de calidad. Todo esto ayudará a mejorar la imagen de las empresas turísticas de alojamiento.

Esta propuesta involucra tanto a los propietarios como a los empleados que laboran en las empresas turísticas de alojamiento.

### **Objetivos**

Objetivo General:

- Elevar la calidad del servicio en las empresas turísticas de alojamiento en el Balneario Las Peñitas – Poneloya.

Objetivos Específicos:

- Proponer un Programa específico de mejora de las instalaciones de cada una de las empresas turísticas.
- Capacitar al personal de las empresas turísticas de acuerdo a las deficiencias detectadas.
- Ofrecer a los turistas un servicio de alojamiento de calidad, a través de la atención rápida, higiene, seguridad e información veraz y confiable por parte de los empleados de la empresa turística de alojamiento.

### **Conclusiones**

- Con la información de campo obtenida en las empresas turísticas de alojamiento del Balneario de Las Peñitas – Poneloya, y tomando en cuenta la visita a cada empresa, se pudo realizar un inventario de cada una de las empresas turísticas de alojamiento existente en dicho balneario.
- El servicio que brindan las empresas turísticas de alojamiento en el Balneario de Las Peñitas – Poneloya es de baja calidad debido a diversos factores (los empresarios no han recibido capacitación

turística, ellos mismos capacitan a sus colaboradores, no hacen mejoras en sus empresas turísticas, no se aplican instrumentos de medición del servicio ofrecido, entre otros) que inciden principalmente por parte de los propietarios de estas empresas de alojamiento.

- La mayoría de los propietarios de las empresas turísticas del Balneario Las Peñitas – PoneLOYA, no han recibido ningún tipo de capacitación en el área turística, pero si tienen conocimientos en otras áreas como administración y contabilidad, debido a que la mayoría de estos han trabajado para empresas propias e instituciones de gobierno en sus respectivos países, sin embargo, ninguno de ellos han recibido capacitación en el sector turístico lo que origina que las empresas turísticas de alojamiento no estén brindando un servicio de calidad.
- La hipótesis de la investigación fue comprobada, ya que la falta de capacitación en términos turísticos a los propietarios y empleados de las empresas de alojamiento, es la causa principal de no brindar un servicio turístico de calidad.
- De la información recopilada por parte de los trabajadores, empresarios de las empresas turísticas de alojamiento y de los clientes que visitan estas, se pudo diseñar un plan de mejora de la calidad del servicio turístico para dichas empresas de alojamiento.

## **Recomendaciones**

- Que el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) exija a todas las empresas turísticas a facilitar información cuando se requieran, ya que esto viene a ayudar a resolver algunos problemas existentes en estas empresas.
- Dar una mejor atención a los colaboradores por parte de los propietarios de las empresas turísticas de alojamiento del Balneario Las Peñitas – Poneloya. Esto los hará sentirse parte importante de la empresa turística y a la vez realzara la imagen del lugar frente a los clientes, mejorando así la calidad en el servicio turístico.
- Que los propietarios estén pendientes de los programas de capacitación que se presenten y así involucrar a sus empleados e incluso ellos mismo en diferentes áreas según la oportunidad, ya sea cada seis meses o una vez al año. Si no existen programas de capacitación en un año, es importante que los propietarios hagan las gestiones necesarias con las instituciones pertinentes como: Cámaras de Turismo, Universidades, INTUR (Instituto Nicaragüense de Turismo), entre otras.

AUTOR: Oscar Felipe Martínez Salgado

LUGAR: Las Peñita- Poneloya, Nicaragua

## 8.2. Bases Teóricas

Para comprender mejor nuestro estudio se ha apoyado en diferentes definiciones de cada una de las palabras que se

encuentran en este marco teórico y poder así dar un mejor entendimiento a dicha investigación.

- **CALIDAD:** (Crosby, Philip Bayar "Phil", 1987) plantea que la calidad es “conformidad a los requerimientos”, y añade que sólo puede ser medida por el costo de la no conformidad. Esta definición está limitada ya que depende de los requerimientos que se hayan considerado, si son los de los clientes o los de los productores por lo que (Crosby, Philip Bayar "Phil", 1987) puntualiza que la calidad es “entregar a los clientes y a nuestros compañeros de trabajo productos y servicios sin defectos y hacerlo a tiempo”. En este caso, considera dos tipos de clientes los internos y externos e involucra en la definición su filosofía de producir con cero errores.
- **SERVICIO:** Engloban las situaciones de interacción entre los proveedores de servicios, normalmente los empleados de una instalación o establecimiento y sus clientes. Son intangibles y perecederos. Normalmente se crean y se consumen al mismo tiempo.(Jafari Jafar, 2002)
- **CLIENTE:** “*Vivimos en una economía en la que se considera que el cliente es el rey*”(Kotler, 2003).

Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u

organización; por lo cual, es el motivo principal por el que crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.

➤ **Cliente interno**

(Zeithmal V. y M.J. Bitner, 2000) “El cliente interno se refiere a los empleados que dependen de otros empleados de la misma organización para apoyarse mutuamente y proveer internamente de bienes y servicios, con la finalidad de poder llevar a cabo un trabajo con eficiencia.

➤ **Cliente externo**

(Sanchez Valtierra): El cliente externo por su parte se refiere a las personas, así como los negocios, que ejercen como compradores de bienes y servicios de una organización, cabe mencionar que la palabra “cliente” se refiere a estas personas.

- **HOSPEDAJE:** O ALOJAMIENTO es un término utilizado para referirse en términos globales a las instalaciones dedicadas a la explotación comercial del negocio de provisión de habitaciones en el contexto de la industria de la hostelería y del turismo. Se asocia al sector de los hoteles y se aplica con facilidad a establecimiento tan diversos como hoteles de negocios y de conferencias, los hoteles de complejos turísticos, los moteles (hotel de carretera) y los hoteles económicos, las casa de huéspedes, y los establecimientos bed and breakfast. (Jafari Jafar, 2002)
- **PERCEPCIÓN:** Merleau – Ponty ha señalado que la percepción no es un añadido de eventos a experiencias pasadas sino una

constante construcción de significados en el espacio y el tiempo. Por lo tanto, la percepción debe ser entendida como relativa a la situación histórico- social pues tiene ubicación espacial y temporal, depende de las circunstancias cambiantes de la adquisición de experiencias novedosas que incorporen otros elementos a las estructuras perceptuales previas, modificándolas y adecuándolas a las condiciones.

- **EXPECTATIVAS:** (Ginebra Joan y Rafael Arana de la Garza, 1991) A pesar de que a nivel intuitivo, todos pueden comprender lo que son las expectativas, resulta necesario establecer una definición: posibilidad, más o menos cercana o probable, de conseguir en adelante una cosa. “Estas son generadas por el marketing, por lo cual es preciso modularlas y cuidar su regulación. Ya que si el Marketing levanta expectativas muy elevadas, se va hacer muy difícil conseguir que sean superadas por la percepción”.

Expectativa es lo que el cliente espera del servicio:

$$C = SR - SE$$

Donde:

C= Cumplimiento para el cliente

SR= Servicio recibido

SE= Servicio esperado (o expectativa de servicio)

Fuente: (Sanchez Valtierra)

- **EXPERIENCIAS:** La experiencia es vista por (Kant, 1988) como el área dentro de la cual se vuelve posible el conocimiento. Según

(Kant, 1988), no es posible conocer nada que no se halle dentro de la experiencia posible. Como el conocimiento es además conocimiento del mundo de la apariencia, la noción de experiencia se halla ligada a la noción de apariencia. Kant habla de experiencia interna y señala que mi existencia en el tiempo es consciente mediante tal experiencia.

- **CONSUMIDORES:** Según los siguientes autores (Rivera, J.; Arellano, R.; Molero, V., 2002) es necesario diferenciar entre lo que es ser un cliente y un consumidor. Cuando se trata de definir el término consumidor, es necesario diferenciar los conceptos implícitos en el puesto que de su delimitación dependen las políticas de comunicación empleadas. Por una parte vamos a distinguir entre cliente y consumidor (o lo que es lo mismo comprador y usuario), y por otro, entre consumidor personal y organizacional. Cliente y consumidor suelen considerarse como un término sinónimo, sin embargo a efectos de marketing, es importante la distinción entre estos dos conceptos pues puede implicar el establecimiento de distintas políticas comerciales para cada uno de ellos.

**Consumidor:** es quien consume el producto para obtener su beneficio central o utilidad. Puede ser la persona que toma la decisión de comprar.

**Cliente:** es quien periódicamente compra en una tienda o empresa. Puede ser o no el usuario final.

- **SATISFACCIÓN:** Es un estado de cerebro producido por una mayor o menor optimización de la retroalimentación cerebral, en donde las diferentes regiones compensan su potencial energético, dando sensación de plenitud e inapetencia extrema (Wikipedia, 2015)

### 8.3. Definiciones de Términos

- **SATISFACCIÓN DEL CLIENTE:** (Kotler, Philip), define la satisfacción del cliente como “El nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas”.

La satisfacción del cliente es la percepción que el cliente tiene sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos. La satisfacción es un estado psicológico, y por tanto subjetivo, cuya obtención asegura fidelidad. La satisfacción del cliente es a la organización. Lo que la felicidad es a la persona.

- **ATENCIÓN AL CLIENTE:** Hoy en día, Uno de los grandes retos de servicio de atención al cliente es fomentar una buena relación con los clientes. Una buena relación estratégica aumenta la satisfacción del cliente y el fortalecimiento de los valores transmitidos a los clientes. “Al hacer un primer contacto, la respuesta del cliente se mejora si usted es experto en hacer un acercamiento cálido” (Waugh, 2005)

Podemos definir el proceso de gestión de la atención al cliente como un conjunto de actividades desarrolladas por las

organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a satisfacer las necesidades de los clientes e identificar sus expectativas actuales, que con una alta probabilidad serán sus necesidades futuras, a fin de poder satisfacerlas llegado el momento oportuno.

- **MEJORA DE CALIDAD:** Según (Saucedo Ventura, 2008) en su tesis para obtener el grado de maestría en Ciencias en Administración de Negocios una mejora de calidad la define así: “Es el que rompe con los niveles anteriores de rendimiento y desempeño y su resultado final conduce las operaciones a niveles de calidad marcadamente mejores de aquellos que se han planteado para las operaciones”.

Un dato recopilado de la tesis mencionada en los antecedentes: “La gestión orientada a mejorar su eficacia y eficiencia, y con ello la satisfacción del cliente al menor coste”.

Por lo tanto, la mejora de calidad es cambiar algún problema de una empresa y mejorar su eficacia y eficiencia para así poder satisfacer al cliente.

#### 8.4. Análisis Crítico

En el presente trabajo, la calidad de servicio es parte fundamental de la prosperidad de un negocio, ya que sin un buen servicio, el cliente no podrá ser satisfecho y esa sería una respuesta negativa para el negocio, en este caso el hospedaje COSTA VERDE, cuya

finalidad primordial es la tranquilidad, comodidad y seguridad del cliente o huésped.

Para nosotros la calidad de servicio si es parte de un buen plan de negocio, pero para completarlo, una buena idea sería la diferenciación del servicio, algo que lo puedan tener todos pero que no solo cumpla una expectativa sino varias porque un buen servicio no va acompañado de un servicio de mucho valor o cosas novedosas, sino un servicio que ya esté en el mercado pero algo mejorado como por decir, añadirle valor, que el cliente valore eso que no podrá encontrar en otros lugares.

Este trabajo, tiene como objetivo principal la elaboración de un plan de mejora en la calidad de servicio del hospedaje COSTA VERDE, y este plan va ser hecho a causa de la salida de muchos clientes insatisfechos y que de seguro no regresaron a hospedarse, pues lo que se quiere aparte de ganar más clientes; es hacer que regresen aquellos que no pudieron cumplir con sus expectativas.

Y esto se analizará en concordancia con los distintos autores citados en este documento.

# ***CAPITULO III***

## 9. MARCO REFERENCIAL:

### 9.1. Reseña Histórica

El hospedaje costa verde es una empresa unipersonal con negocio y de derecho privado, identificada con RUC N° 10435068346 cuyo nombre comercial es Hospedaje “COSTA VERDE”; dedicada a la actividad de hoteles, campamentos y otros.

Iniciando sus actividades el 13 de Julio de 2004, Está constituida bajo la modalidad de persona natural con negocio, siendo propietaria la Sra. Leonor Del Rosario Condori Parí, con una inversión de S/.350,000.00, el domicilio fiscal es en la Avenida Coronel Mendoza Nro. 1560- A Residencial Costa Verde.

### 9.2. Misión

Brindar a nuestros huéspedes un ambiente de comodidad, tranquilidad y seguridad, buscando siempre la satisfacción de nuestros clientes que regresen al hospedaje por su calidad y servicio. (Elaboración: Propia)

### 9.3. Visión

Nos proyectamos en convertirnos en un Hospedaje reconocido y preferido de la gente por nuestra calidad de servicio brindado. (Elaboración: Propia)

### 9.4. Funciones Generales

Satisfacer las necesidades de cada uno de nuestros clientes, reduciendo las fallas del servicio en las instalaciones que utilizan

nuestros clientes, orientándonos siempre en la mejora continua de nuestras operaciones y en el desarrollo de nuestro personal a su servicio.

#### 9.5. Objetivos Generales

Ser una empresa hotelera reconocida a nivel (local, regional, nacional) por la calidad en el servicio y la satisfacción al cliente.

#### 9.6. Organigrama

Establecer el organigrama de la empresa consiste en representar gráficamente su estructura orgánica e identifica las diferentes funciones así como definir sus relaciones precisando los canales de autoridad, la amplitud de control, ya sea para toda la empresa o para sus partes que la constituyen.

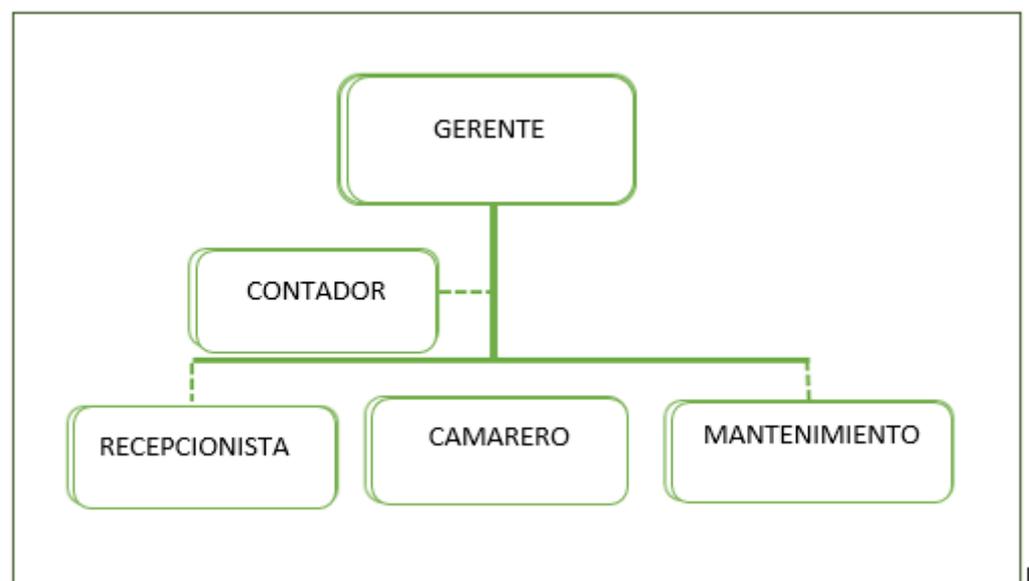


Figura: Organigrama

Fuente: Elaboración propia basado en el organigrama del Hospedaje Costa Verde

### **Gerente**

- Se encarga de la administración, control y desarrollo del hospedaje cuidando que las distintas área o departamentos del hospedaje lleven a cabo de la mejor manera posible, sus funciones dentro de la misma, es decir que cumplan con sus objetivos de manera que el desempeño del hospedaje en general sea de alta calidad y satisfactorio.
- Dentro del hospedaje, es la voz mayor quien dirige y administra a los demás trabajadores y quien se debe responsabilizar por entregar el servicio que esperan sus clientes.

### **Contador**

Es el profesional dedicado a aplicar, manejar e interpretar la contabilidad de la empresa, con la finalidad de producir informes para la gerencia y para terceros que sirvan a la toma de decisiones.

- Lleva los libros de contabilidad de la empresa, registrando los movimientos monetarios de bienes y derechos. Dentro de dichos informes se encuentran los estados financieros, los presupuestos y las rendiciones de cuentas, utilizados internamente en la empresa y también por parte de terceros, como reguladores, oficinas recaudadoras de impuestos o bancos. Su trabajo es registrar conforme a la normativa aplicable los movimientos u operaciones económicos que hace la compañía, de forma que se

puedan publicar esos resultados con vistas a informar a los socios, inversores, proveedores y demás personas interesadas (como trabajadores, entidades públicas, entidades financieras, etc.).

- Según otro modo, el profesional contable se ocupará de registrar, clasificar, resumir, interpretar y comunicar la información importante de la empresa y traducirlos en reportes numéricos. Estos reportes son imprescindibles para tomar decisiones adecuadas. Toda empresa sin importar el tamaño o el rubro al que se dedique necesita de un contador.

### **Recepcionista**

Es la persona encargada de atender solicitudes de reserva, tarifas y servicios. Así mismo de acuerdo a la disponibilidad confirmar, cancelar y modificar reservas. Realizando las siguientes labores:

- Formalizar las entradas y salidas de clientes, aportándoles la información necesaria para la óptima prestación del servicio.
- Gestionar eficazmente las reservas con el fin de obtener el mayor índice de ocupación a la vez que se satisfaga las expectativas de los clientes
- Aportar a los clientes aquella información que soliciten.
- Registrar, controlar y cobrar.

### **Camarero**

- Su función es mantener en perfecto estado todas las habitaciones del hospedaje, para ello deberá llevar un riguroso control de todo

lo relativo a la limpieza y mantenimiento de las habitaciones y áreas públicas, ropa de habitaciones, lavandería en general, etc.

- Es mantener disponibles para su utilización inmediata de todas las habitaciones y áreas públicas en general del hospedaje.

### **Mantenimiento**

Mantenimiento se encarga de detectar y corregir los defectos que surjan en el edificio e instalaciones así como defectos de diseño, defectos constructivos o por el simple uso de la infraestructura y equipamiento.

- Determinar sobre qué elementos concretos debemos aplicar las revisiones y la prioridad de las mismas.

Mantenimiento Preventivo:

- Es el que se realiza usualmente con programas de mantenimiento preventivo y que evita las reparaciones urgentes que ocasionarían pérdidas y molestias al cliente.
- Sistema eléctricos y de iluminación
- Sistema de plomería
- Mantenimiento general del edificio y reparaciones.

#### 9.7. Análisis Crítico

Con lo visto en la reseña histórica podemos notar que no es muy larga debido a que una de nuestras limitaciones es la escasa información a la que podemos acceder, pero aun así se sabe que el hospedaje COSTA VERDE, no es un hospedaje conocido en la ciudad de Tacna, para esto haremos el plan de mejora en su

calidad de servicio, este hospedaje se diferenciara en los servicios que brinda como: atención al cliente, agua caliente, Wi-fi, y lo más importante lograr cubrir las expectativas de los clientes para que puedan estar satisfechos.

La misión y la visión no nos llevan a algo específico sino en lo que cualquier negocio quisiera ser, cambiarlo o mejorarlo sería la solución.

Al ser un hospedaje no muy conocido, según el organigrama muestra un ambiente laboral no muy bueno ya que cada departamento consta de una persona y al tener funciones completamente distintas, no se siente que haya comunicación.

# ***CAPITULO IV***

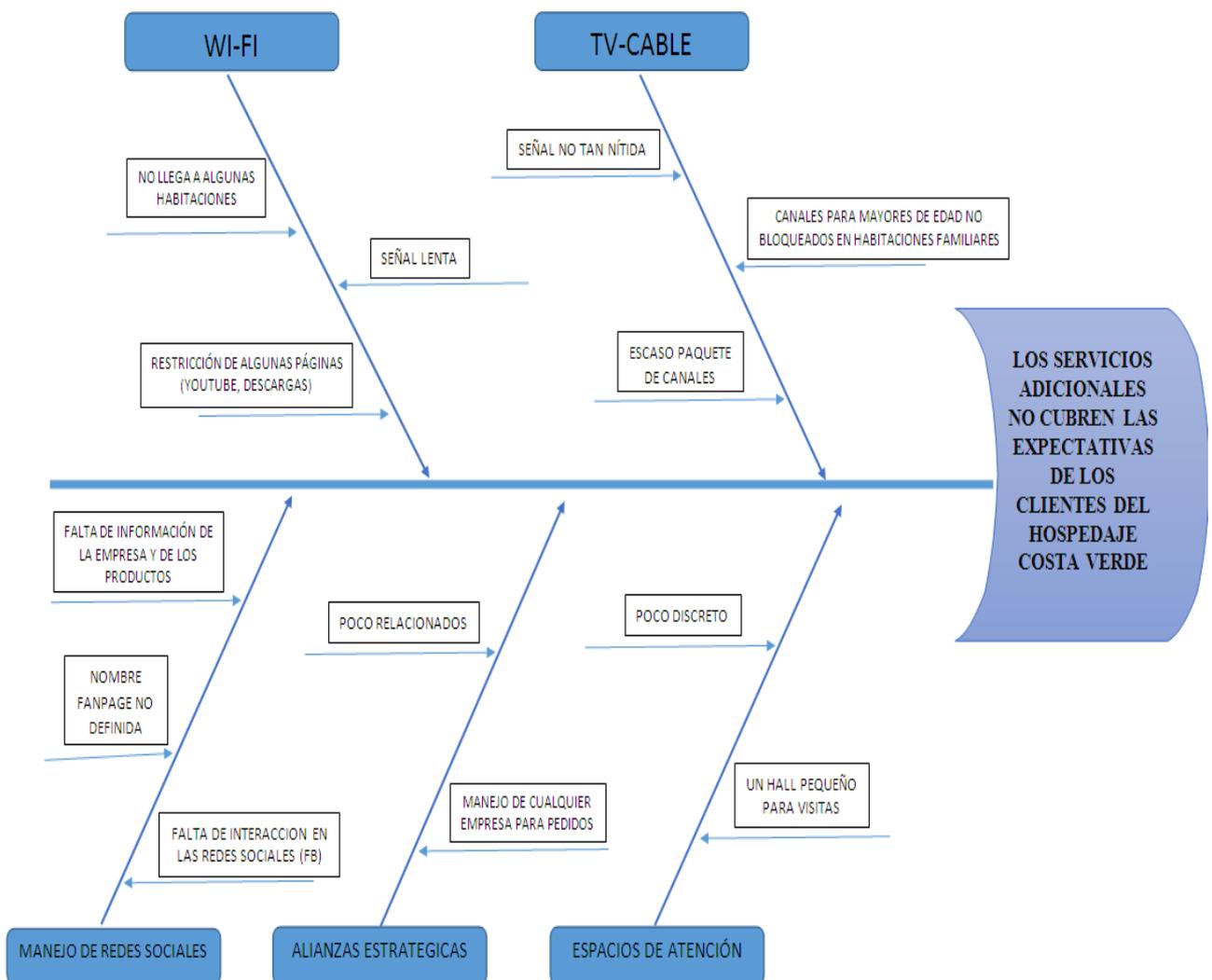
## 10. IDENTIFICACIÓN DEL ÁREA DE MEJORA:

FORTALEZAS	DEBILIDADES	AREA DE MEJORA
<p>1. Buena ubicación del hospedaje.</p> <p>2. Cuenta con once años de funcionamiento.</p> <p>3. Accesibilidad en cuanto a precios.</p>	1. Misión y visión no definidos.	<p>1. Reorganización administrativa. ( <b>Establecer misión, visión, objetivos y políticas</b> )</p> <p>2. Gestión de recursos humanos. (<b>Desarrollo de capacidades, habilidades, etc.</b>)</p> <p>3. Infraestructura. (<b>Ambientación, equipamiento adecuado, iluminación, filtraciones etc.</b>)</p> <p>4. Ambiente de trabajo. (<b>Motivación, desempeño, capacitación</b>)</p> <p>5. Información. (<b>Uso de tecnologías</b>)</p>
	2. Objetivos no fijados.	
	3. Ausencia de políticas de motivación.	
	4. Recursos humanos poco capacitados.	
	5. Espacio del hospedaje.	
	6. Uso limitado de TIC	
	7. Falta de renovación de mobiliario y equipos	
	8. Ausencia de ambientación	
	9. No cuenta con base de datos de los clientes.	
	10. Ausencia de posicionamiento en el mercado.	
	11. Se ha apreciado que no ha existido acciones de superación en los últimos años.	

Fuente: Elaboración propia del grupo investigador

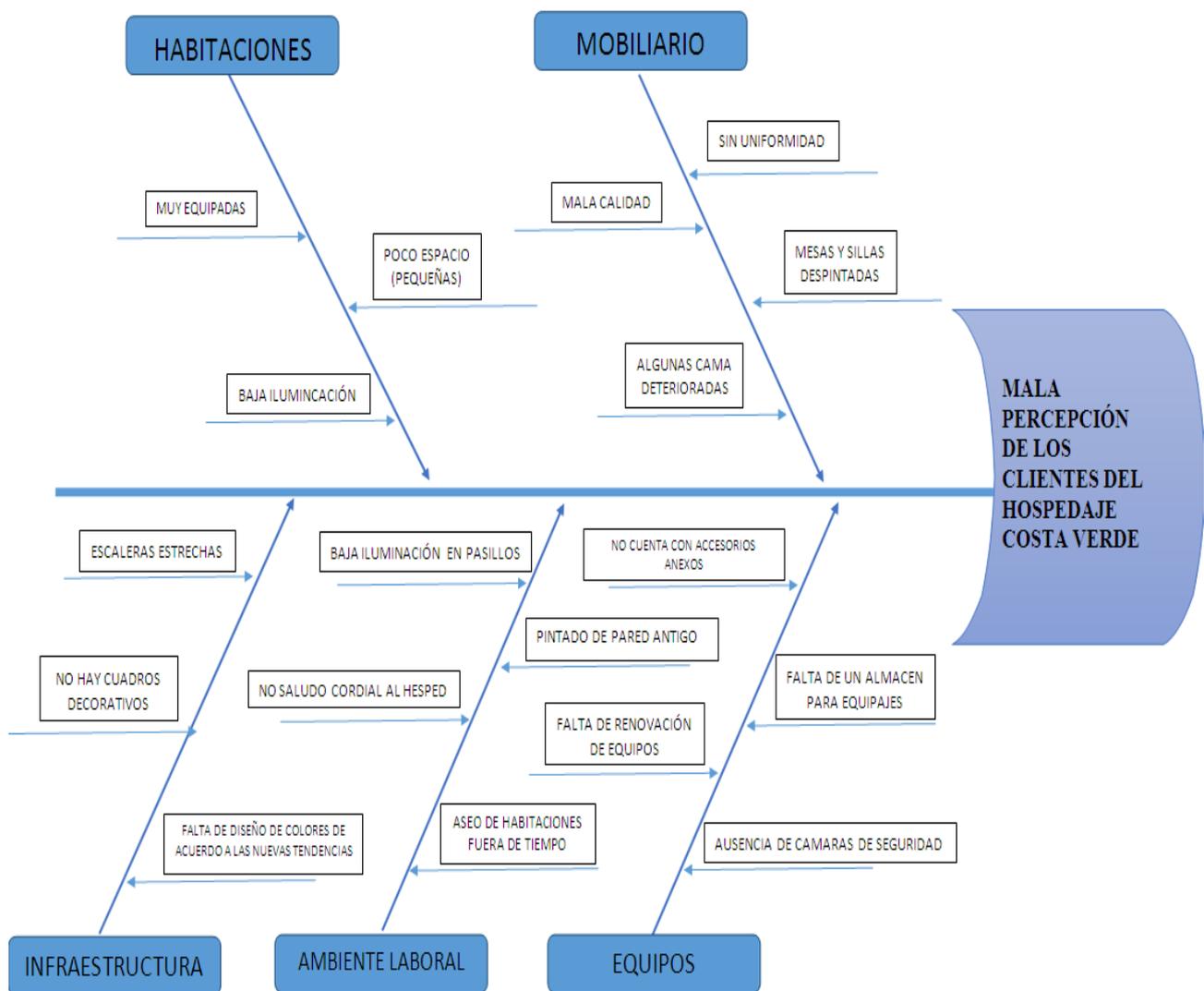
11. PRINCIPALES CAUSAS DEL PROBLEMA:

**Gráfico N° 01: Diagrama de Causas y Efectos de los Servicios Adicionales que brinda el Hospedaje Costa Verde**



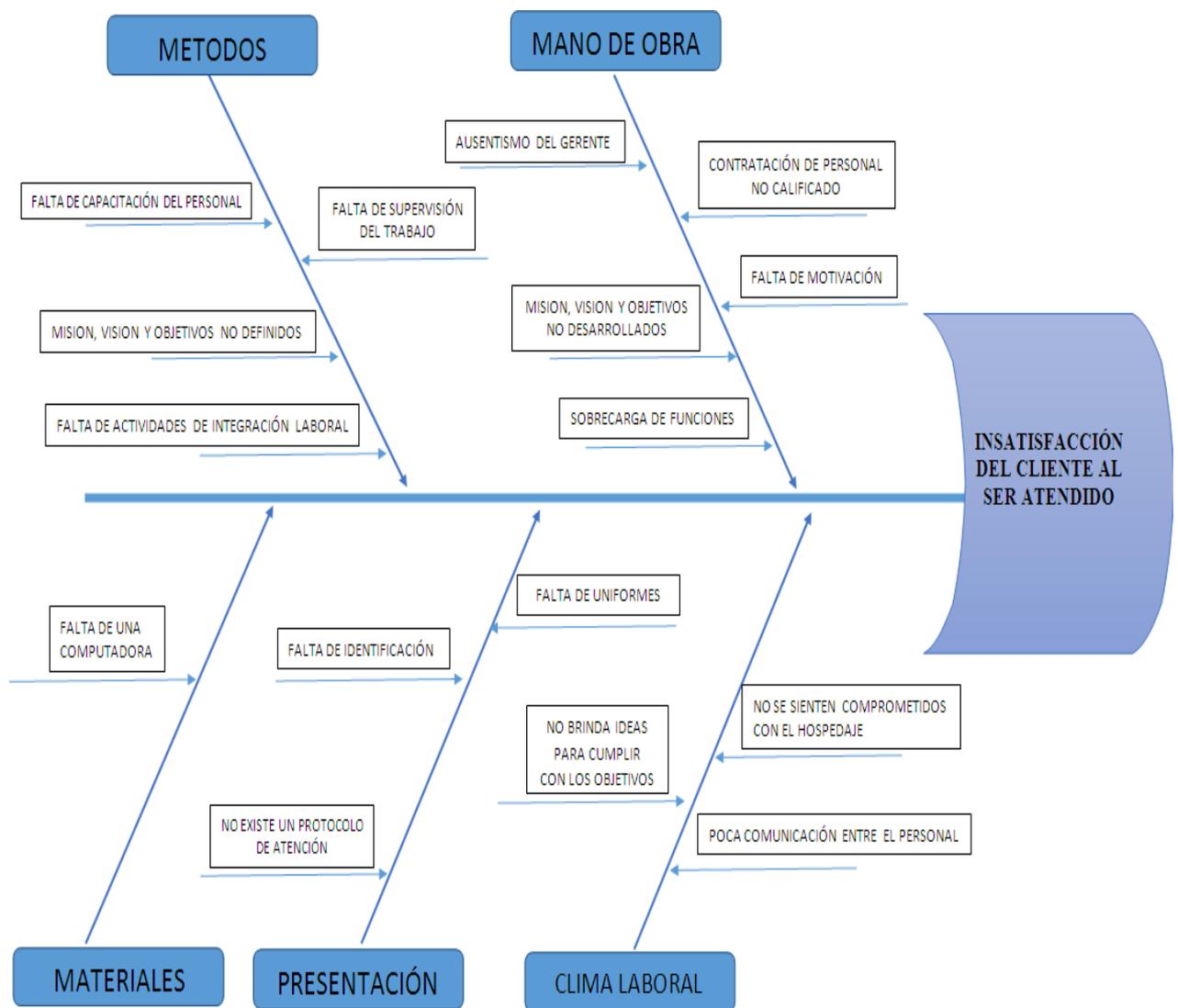
Fuente: Elaboración propia del grupo investigador.

**Gráfico N° 02: Diagrama de Causas y Efectos de los Servicios que brinda el Hospedaje Costa Verde**



Fuente: Elaboración propia del grupo investigador.

**Gráfico N° 03: Diagrama de Causas y Efectos la Atención al Cliente que brinda el Hospedaje Costa Verde**



Fuente: Elaboración propia del grupo investigador.

## 12. CUADRO DE ACCIONES PRIORITARIAS:

N°	ACCIONES DE MEJORA	DIFICULTAD	PLAZO	IMPACTO	PRIORIZACION
1	Definición de Misión, Visión y Objetivos.	4	4	4	12
2	Búsqueda y selección de un Administrador según los requerimientos de la empresa.	1	4	4	12
3	Asignación de funciones de los colaboradores.	3	4	3	10
4	Asesoría de remodelación de ambientes.	2	3	4	9
5	Capacitación de los colaboradores de la Empresa.	3	3	4	10
6	Realizar una renovación de ambientación de acuerdo a las nuevas tendencias.	1	2	4	7
7	Renovación mobiliario.	1	2	3	6
8	Implementar mayor iluminación en el edificio.	3	2	3	8
9	Implementar programas de motivación.	1	2	4	7
10	Involucra a los colaboradores con los objetivos trazados.	2	2	3	7
11	Optimización de tecnologías de la información.	3	3	4	10
12	Creación y uso de la página web, Facebook, etc. con toda la información del hospedaje (INTERACCION).	4	4	3	11

**Dificultad:** (De 1 a 4): 1.-Mucha; 2.-Bastante; 3.-Poca; 4.-Ninguna  
**Plazo de Implantación:** (1 a 4): 1.-Largo; 2.-Medio; 3.-Corto; 4.-Inmediato  
**Impacto:** (1 a 4): 1.-Ninguno; 2.-Poco; 3.-Bastante; 4.-Mucho.

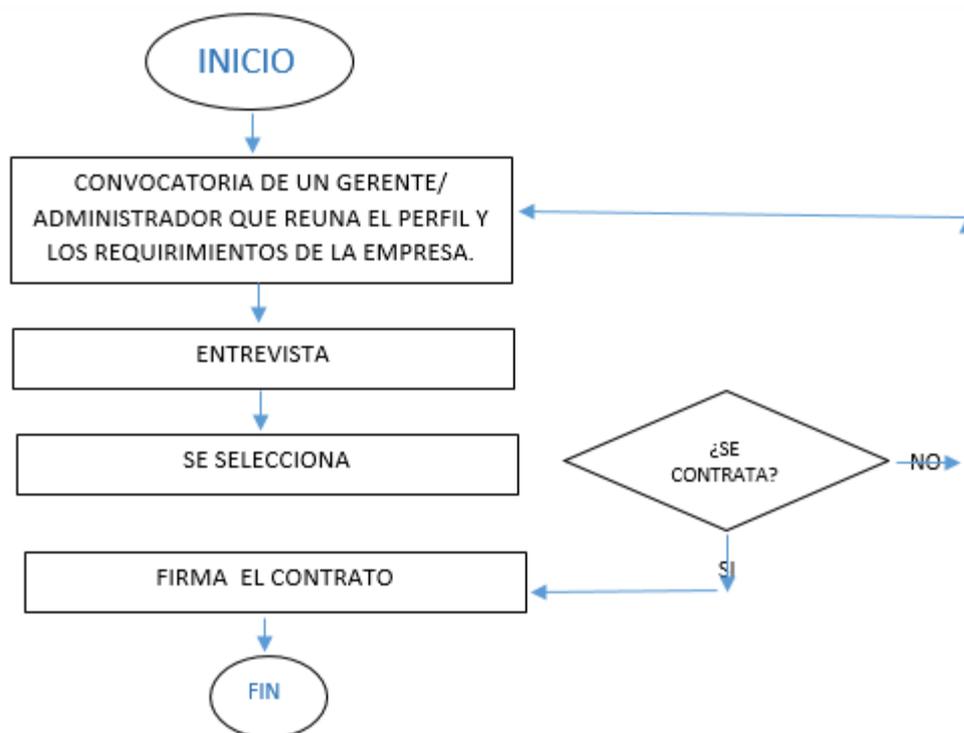
Fuente: Elaboración propia del grupo investigador.

### 13. SELECCIÓN DE AREAS DE MEJORA:

<b>AREA DE MEJORA N° 1</b>	<b>REORGANICACION ADMINISTRATIVA DEL HOSPEDAJE COSTA VERDE.</b>
<b>DISCRIPCION DEL PROBLEMA</b>	No se cuenta con la planeación estratégica establecida, por ende no tiene definido cuales son los objetivos a mediano y largo plazo.
<b>CAUSAS QUE PROVOCAN EL PROBLEMA</b>	Una de las causas que puede identificar el problema es la ausencia del titular y no contar con un gerente.
<b>OBJETIVO A CONSEGUIR</b>	Adecuada planeación estratégica para alcanzar las metas de la empresa.
<b>ACCIONES DE MEJORA</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definición de la visión misión y objetivos.</li> <li>2. Búsqueda y selección del gerente según los requerimientos establecidos de la empresa.</li> </ol>
<b>BENEFICIOS ESPERADOS</b>	Desarrollo de una buena gestión administrativa.

Fuente: Elaboración propia del grupo investigador.

**Gráfico N° 04: Diagrama de Flujo del Proceso de Convocatoria de un Gerente/Administrador para el Hospedaje Costa Verde**

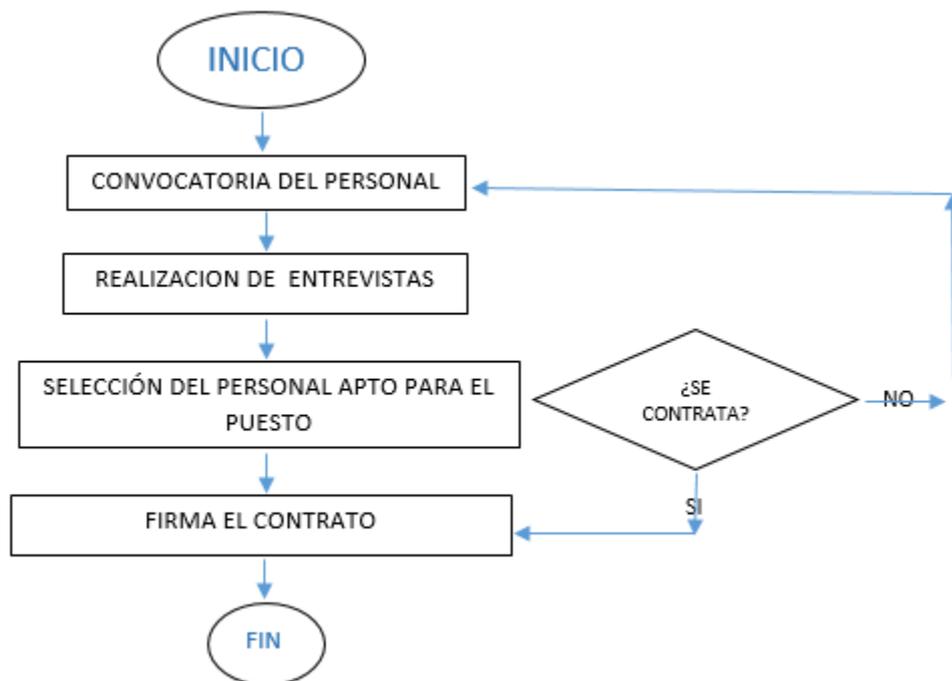


Fuente: Elaboración propia del grupo investigador.

<b>AREA DE MEJORA N° 2</b>	<b>GESTION ADECUADA DE RECURSOS HUMANOS DEL HOSPEDAJE COSTA VERDE.</b>
<b>DISCRIPCION DEL PROBLEMA</b>	La empresa tiene sobrecarga de funciones y no cuenta con personal calificado, así mismo podemos mencionar que los puestos de trabajo no están definidos.
<b>CAUSAS QUE PROVOCAN EL PROBLEMA</b>	Funciones no definidos Falta de capacitación del personal.
<b>OBJETIVO A CONSEGUIR</b>	Con personal capacitado se ofrecerá un mejor servicio a los clientes, satisfacción del cliente.
<b>ACCIONES DE MEJORA</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reestructuración de funciones.</li> <li>2. Describir las responsabilidades que define cada puesto.</li> <li>3. Escoger y clasificar los candidatos más adecuados para satisfacer las necesidades de la empresa.</li> <li>4. Capacitación del personal.</li> </ol>
<b>BENEFICIOS ESPERADOS</b>	Funciones definidos y recursos humanos con el perfil idóneo para el puesto.

Fuente: Elaboración propia del grupo investigador.

**Gráfico N° 05: Diagrama de Flujo del Proceso de Convocatoria de Personal para Atención al Cliente el Hospedaje Costa Verde**

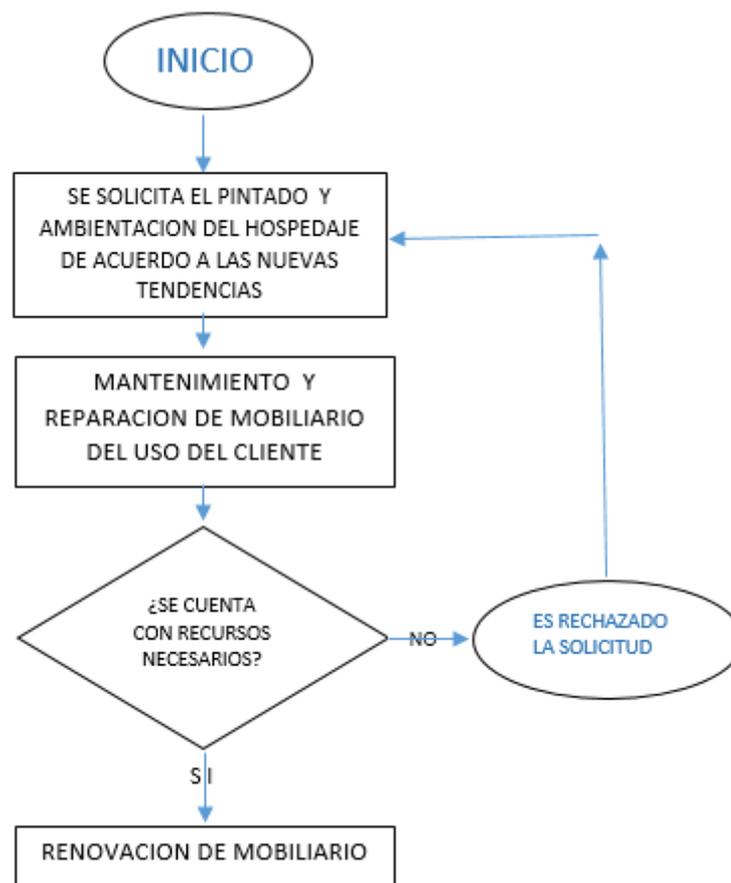


Fuente: Elaboración propia del grupo investigador.

AREA DE MEJORA N° 3	INFRAESTRUCTURA DEL HOSPEDAJE.
DISCRIPCION DEL PROBLEMA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La ambientación no es la adecuada.</li> <li>• En algunas habitaciones el mobiliario está en malas condiciones, baja iluminación así mismo algunas cuentan con poco espacio y exceso de mobiliario.</li> </ul>
CAUSAS QUE PROVOCAN EL PROBLEMA	Poca inversión en infraestructura, mobiliario y equipos del hospedaje. Desinterés por la adecuada ambientación
OBJETIVO A CONSEGUIR	Buena percepción de los clientes.
ACCIONES DE MEJORA	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar una renovación de ambientación de acuerdo a las nuevas tendencias.</li> <li>2. Renovación mobiliario</li> <li>3. Implementar mayor iluminación en el edificio.</li> </ol>
BENEFICIOS ESPERADOS	Mejorará el entorno e imagen del hospedaje.

Fuente: Elaboración propia del grupo investigador.

**Gráfico N° 06: Diagrama de Flujo del Proceso de Solicitud de Pintado y Ambientación del Hospedaje Costa Verde**

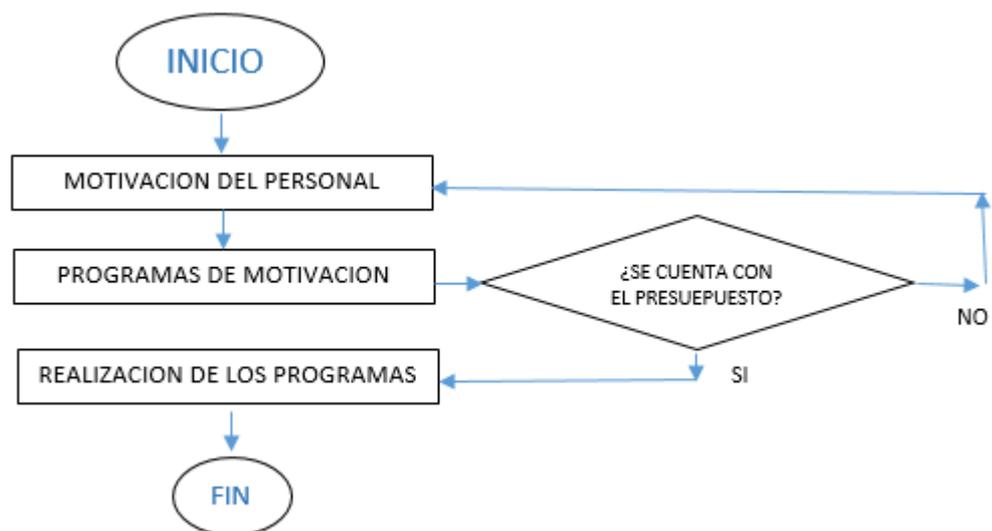


Fuente: Elaboración propia del grupo investigador.

AREA DE MEJORA N° 4	AMBIENTE DE TRABAJO DEL HOSPEDAJE
DISCRIPCION DEL PROBLEMA	Se ha percibido que el personal que labora no se siente motivado, identificado con el hospedaje.
CAUSAS QUE PROVOCAN EL PROBLEMA	Falta de motivación del personal. Compromiso laboral. Falta de estímulo.
OBJETIVO A CONSEGUIR	Satisfacción del cliente al ser atendido.
ACCIONES DE MEJORA	1. Implementar programas de motivación 2. Involucra a los empleados en el resultado.
BENEFICIOS ESPERADOS	Mejor desempeño en el trabajo.

Fuente: Elaboración propia del grupo investigador.

**Gráfico N° 07: Diagrama de Flujo del Proceso de Capacitación del Personal del Hospedaje Costa Verde**

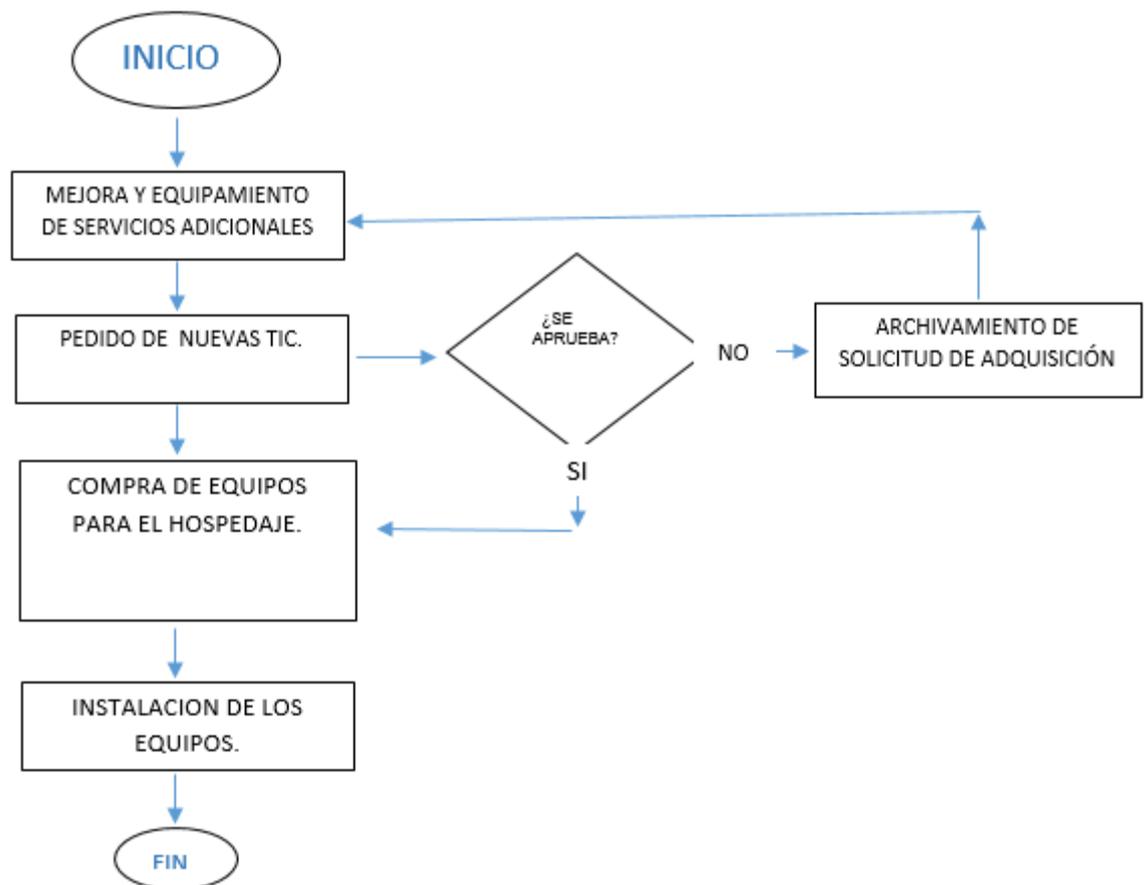


Fuente: Elaboración propia del grupo investigador.

<b>AREA DE MEJORA N° 5</b>	<b>USO DE LA TECNOLOGIA Y LA INFORMACION</b>
<b>DISCRIPCION DEL PROBLEMA</b>	La impreña no le da mucha utilidad a la tecnología y esto se refleja en el poco uso del internet.
<b>CAUSAS QUE PROVOCAN EL PROBLEMA</b>	Desinterés por la información. Uso limitado de las TIC
<b>OBJETIVO A CONSEGUIR</b>	Cubrir las expectativas de los clientes con servicios adicionales.
<b>ACCIONES DE MEJORA</b>	1. Adquisición de TICS necesarias para el hospedaje. 2. Mayor uso de la información. 3. Creación y uso de la página web, Facebook, etc. con toda la información del hospedaje.
<b>BENEFICIOS ESPERADOS</b>	Interacción continúa con sus clientes.

Fuente: Elaboración propia del grupo investigador.

**Gráfico N° 08: Diagrama de Flujo del Proceso de Mejora de Equipamiento de Servicios Adicionales del Hospedaje Costa Verde**



Fuente: Elaboración propia del grupo investigador.

#### 14. PLAN DE MEJORAS:

- ✓ Se propone realizar los siguientes planes de mejora que visualizamos a continuación en los siguientes cuadros.
  
- ✓ Al realizar el análisis de la empresa se ha llegado a identificar distintos problemas de los cuales se ha seleccionado los más relevantes y prioritarios.
  
- ✓ Uno de los problemas mayores de la empresa es la falta de identidad así como la administración, dirección del personal y control por lo que se propone la contratación de un gerente/ administrador, quien se encargue de darle un enfoque administrativo tanto del hospedaje Costa Verde como de su personal, así mismo realizar otras funciones.

Acciones de mejora	Tareas	Responsable de tareas	Tiempos (Inicio-Final)	Recursos necesarios	Financiación	Indicador de Seguimiento	Responsable de seguimiento
<b>Contrato de una persona especializada (ADMINISTRADOR)</b>	Reorganización Administrativa del Hospedaje: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear misión, visión, objetivos.</li> <li>• Dar a conocer a los colaboradores las funciones específicas a cumplir.</li> <li>• Supervisar los el trabajo de los colaboradores.</li> <li>• Capacitar al personal periódicamente.</li> <li>• Renovación de la Fanpage, actualizarla constantemente.</li> <li>• Contactar clientes.</li> <li>• Crear alianzas con otras empresas (Restaurantes, Hospedajes, Radiotaxis)</li> </ul>	Administrador	Contrato de 6 meses.	POR PARTE DEL PERFIL: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Titulado en Administración de Empresas, Administración, Ingeniería Comercial o carreras afines.</li> <li>• Con experiencia en administración de empresas.</li> <li>• Capacitaciones en gestión de Empresas y Recursos humanos.</li> <li>• De preferencia a partir de los 32 años.</li> <li>• Salario:</li> </ul> POR PARTE DEL EMPLEADOR: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presupuesto para el salario.</li> </ul>	Hospedaje Costa Verde	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CONTRATOS.</li> <li>• <math>\frac{\text{N}^\circ \text{ de tareas cumplidas}}{\text{N}^\circ \text{ total de tareas designadas}} * 100</math></li> </ul>	La Dueña

Fuente: Elaboración propia del grupo investigador.

- ✓ Se propone renovar la ambientación de acuerdo a las nuevas tendencias y darle sentido a su nombre “Costa Verde”. También se propone darle una mayor iluminación al edificio y otras acciones como se aprecia en el siguiente cuadro.

Acciones de mejora	Tareas	Responsable de tareas	Tiempos (Inicio-Final)	Recursos necesarios	Financiación	Indicador de Seguimiento	Responsable de seguimiento
<b>Renovación de Ambiente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asesoría del pintado del hospedaje con colores que lo identifique con su nombre (últimas tendencias)</li> <li>Iluminación de escaleras, pasillos y habitaciones.</li> <li>Distribución adecuada del mobiliario en las habitaciones.</li> <li>Cambio del tipo de cobertores, sábanas, toallas para que las habitaciones se vean más uniformes.</li> <li>Implementación de accesorios (ceniceros, lamparillas, maseteros, cuadros, etc.)</li> </ul>	Diseñador de Interiores.	1 mes	Solicitar Asesoramiento de una persona capacitada en diseño de interiores. (Tendencias)	Hospedaje Costa Verde.	<ul style="list-style-type: none"> <li>CONTRATOS.</li> <li><math>\frac{\text{N}^\circ \text{ de tareas cumplidas}}{\text{N}^\circ \text{ total de tareas designadas}} * 100</math></li> </ul>	Administrador

Fuente: Elaboración propia del grupo investigador.

- ✓ El hospedaje Costa Verde no cuenta con nuevas Tics, se pudo observar que también no cuenta con cámaras de seguridad, por lo que se propone la adquisición de las Tics y la implementación de cámara de seguridad en el edificio.

Acciones de mejora	Tareas	Responsable de tareas	Tiempos (Inicio-Final)	Recursos necesarios	Financiación	Indicador de Seguimiento	Responsable de seguimiento
<b>Adquisición de nuevos equipos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Adquirir una proforma de los equipos a comprar (computadora y cámaras de seguridad)</li> <li>Elaborar un presupuesto para la adquisición de los equipos mencionados.</li> </ul>	Administrador	1 mes	Proformas	Hospedaje Costa Verde	Cualitativamente: Si la seguridad del hotel incrementó. Si la manera de registro es óptima para el desarrollo de actividades.	Administrador

Fuente: Elaboración propia del grupo investigador.

# ***CAPITULO V***

## CONCLUSIONES

- Aunque la empresa lleva más de once años en el mercado Tacneño, se pudo observar también que tiene un grupo importante de clientes, pero hasta la fecha no ha realizado una evaluación del servicio, ni existe políticas encaminadas a mejorar la calidad del servicio en pro de la fidelización, recomendación y preferencia de los clientes.
- En la etapa de diagnóstico realizada se determinó, mediante observación directa que el Hospedaje Costa Verde no cuenta con un administrador y esto es uno de los problemas más relevantes que afecta al servicio que brinda el hospedaje, ya que al no contar con un administrador tampoco se cuenta con el personal capacitado.
- Mediante el diagnóstico se determinó que otra de las causas es la infraestructura del hospedaje y la ambientación no tiene relación alguna con el nombre del hospedaje que lleva por nombre “Costa verde”. Por lo que se destaca la necesidad de mejorar la ambientación del edificio para que el cliente tenga una mejor imagen y percepción acerca del hospedaje.
- Se detectó también que el hospedaje le da poca importancia al uso de la tecnología y seguridad. Para efectos de mejorar la calidad del servicio se propone la implementación de tecnologías y un mayor uso de las mismas.

## **RECOMENDACIONES**

- Es necesario la contratación de un administrador para que pueda realizar una reestructuración de puestos, así como la selección de personal idóneo según el enfoque de la empresa y poder realizar la capacitación necesaria de los mismos.
- Se recomienda contar con un asesoramiento en lo que es la ambientación del hospedaje, darle una mayor iluminación de la misma.
- Es necesario contar con cámaras de seguridad por lo que se recomienda la adquisición y la instalación en todo el edificio para brindar una mayor seguridad.
- Es recomendable que la adquisición de una computadora sea de manera inmediata para así poder iniciar con los procesos administrativos como son la actualización de redes sociales, captación de nuevos clientes, formación de alianzas con otras empresas entre otros.

## BIBLIOGRAFÍA

Crosby, Philip Bayar "Phil". (1987). *La Calidad no cuesta*.

Crosby, Philip Bayar "Phil". (1994). *Calidad*.

Ginebra Joan y Rafael Arana de la Garza. (1991). "Dirección por servicio, la otra calidad". México.

Ginebra, Joan y Arana de la Garza, Rafael. (1991). *"Dirección por servicio, la otra calidad"*.

Gomez Cejas, Guillermo. (1997). *SISTEMAS ADMINISTRATIVOS, Análisis y Diseños*. Editorial Mc Graw Gil.

Ishikawa, Kaouro. (2011). *Guía para el Control de Calidad*. Retrieved from 12 manage:

[http://www.12manage.com/methods\\_ishikawa\\_cause\\_effect\\_diagram\\_es.html](http://www.12manage.com/methods_ishikawa_cause_effect_diagram_es.html)

Jafari Jafar. (2002). "Enciclopedia del Turismo".

Kant, I. (1988). "Crítica de la razón pura". Madrid, Alfaguara.

Kotler, P. (2003). "Los 80 Conceptos Esenciales del Marketing de la A a la Z". Pearson Educación S. A.

Kotler, Philip. (n.d.). Dirección de Mercadotecnia. 8va Edición.

Larrea Angulo, Pedro. (1991). "Calidad de Servicio: del marketing a la estrategia". Madrid: Editorial Díaz de Santos.

Müller de la Lama, Enrique. (1999). "Cultura de la calidad de servicio".  
México: Editorial Trillas.

Parsuraman, Zeithanml y Berry. (1985). *Calidad de Servicio*.

Philip Kotler y Keller. (2006). Satisfacción del Cliente. In P. K. Keller,  
*Satisfacción del Cliente* (p. 144).

Rivera, J.; Arellano, R.; Molero, V. (2002).

Sanchez Valtierra, J. A. (n.d.). Calidad en el SERVICIO.

Saucedo Ventura, L. P. (2008). "Propuesta de Mejora en la calidad del  
servicio para el departamento de recepción en un hotel de gran  
turismo". México.

Waugh. (2005).

*Wikipedia*. (2015, Mayo). Retrieved from  
<https://es.wikipedia.org/wiki/Satisfacci%C3%B3n>

Zeithmal V. y M.J. Bitner. (2000). "Marketing de Servicios: Un enfoque  
de integración del cliente a la empresa". México: Editorial McGraw.

## ANEXOS

### Anexo I

**Entrevista para conocer el nivel de capacitación del Hotel Boutique La Quinta Luna.**

**Esta entrevista servirá de apoyo para el proyecto de tesis, cuya finalidad es la creación de un programa de capacitación y desarrollo del Hotel Boutique La Quinta Luna.**

**Esta entrevista se realiza con fines exclusivamente académicos y le agradecemos sinceramente su apoyo.**

1.- ¿Cuál es el puesto que desempeña?

2.- ¿Cuáles son las funciones de este puesto?

3.- ¿Cuál es la finalidad de que exista este puesto?

4.- ¿Le agrada el trabajo que realiza?

Si ( ) No ( )

¿Por qué?

5.- ¿Qué dificultades encuentra para llevar a cabo las funciones de su puesto?

¿Por qué?

6.- ¿Considera que la toma de decisiones por parte de usted dentro del trabajo, es importante para mejorar su desempeño?

Si ( ) No ( )

¿Por qué?

7.- ¿Considera que hay demasiados cambios en los procedimientos de trabajo?

Si ( ) No ( )

¿Por qué?

8.- ¿Cuenta con el personal necesario para llevar a cabo su trabajo?

Si ( ) No ( )

¿Por qué?

9.- ¿Cuenta con la tecnología y/o herramientas necesarias para desempeñar su trabajo?

Si ( ) No ( )

¿Por qué?

10.- ¿Cuenta con los conocimientos para desempeñar su trabajo?

Si ( ) No ( )

¿Por qué?

11.- Además de los estudios que usted posee ¿Cree usted que hubiera necesitado otros conocimientos para el desempeño de su puesto?

Si ( ) No ( )

¿Por qué?

12.- ¿Tiene dificultad para llevarse bien con su grupo de trabajo?

Si ( ) No ( )

¿Por qué?

13.- ¿Usted necesita tomar cursos de capacitación?

Si ( ) No ( )

¿Por qué?

14.- ¿Le escuchan sus superiores y aceptan sus sugerencias para optimizar el trabajo?

Si ( ) No ( )

¿Por qué?

15.- ¿Le agradan las funciones que realiza?

Si ( ) No ( )

¿Por qué?

16.- ¿Todas las funciones que usted realiza, les ve utilidad?

Si ( ) No ( )

¿Por qué?

17.- ¿Siente usted algún crecimiento personal con el desempeño de su trabajo?

SI ( ) No ( )

¿Por qué?