

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

FACULTAD DE CIENCIAS TECNOLOGÍAS SOCIALES Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA



**“CARACTERÍSTICAS DEL PROCESO PRINCIPAL EN EL SERVICIO TURÍSTICO DE
HOSPEDAJE RECONOCIDOS POR EL SABP – CULTUR EN AREQUIPA Y SU RELACIÓN
CON LOS BENEFICIOS DE LA CALIDAD - 2015”**

Presentado por la Bachiller:

VANESSA MARLENY, MALDONADO SOLÓRZANO

Para optar el Título Profesional de:

LICENCIADA EN TURISMO Y HOTELERÍA

AREQUIPA – PERÚ

2016

DEDICATORIA

A Dios y a la Virgen; porque día a día bendicen mi camino y me permiten alcanzar todos mis objetivos.

A mi madre; la gran inspiración de mi vida, porque es amor, esfuerzo y sacrificio, impulso constante para llegar a culminar los grandes proyectos y sueños trazados, en ella tengo el espejo en el que deseo reflejarme algún día.

A mi padre; por sus enseñanzas durante todos estos años, sus consejos y palabras de aliento de creer siempre en mí.

A mi hermana; por estar siempre a mi lado brindándome su cariño incondicional, por sus conocimientos transmitidos y su gran corazón que me llevan a admirarla cada día más.

A mi hermano, pues con él se formó la base para la construcción de mi vida profesional, sentando en mí deseos de superación

Gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy.

Ningún sueño o meta es inalcanzable para un corazón dispuesto.

ÍNDICE

Resumen.....	Pg. 5
Summary.....	7
Introducción.....	8

CAPITULO I PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1. ENUNCIADO.....	11
2. DESCRIPCIÓN.....	11
2.1. Campo y área.....	11
2.2. Nivel de investigación.....	11
2.3. Tipo de investigación.....	12
2.4. Análisis de las variables.....	13
3. JUSTIFICACIÓN.....	14
4. MARCO TEÓRICO.....	15
4.1 Antecedentes investigativos.....	15
4.2 Servicio turístico de hospedajes.....	17
4.2.1. Conceptualización.....	17
4.2.2. Categorización.....	18
4.2.2.1 Características esenciales.....	21
4.2.3. La empresa turística familiar en hotelería MYPE.....	21
4.2.3.1. Estructura, fines y objetivos.....	21
4.2.3.2 La responsabilidad social.....	22
4.2.3.3. El entorno medioambiental.....	24
4.2.3.4. Características de los empleados.....	25
4.2.4. Calidad de la empresa turística.....	27
4.2.4.1 Calidad del servicio en el sector turístico.....	28
4.2.4.2 Concepto actual de calidad dimensiones y principios.....	29
4.3. Caltur y el Sistema aplicado de Buenas Prácticas.....	30

4.3.1. Definición y fines del Caltur.....	30
4.3.2. Objetivos del programa.....	31
4.3.3 Fases del programa e intervención.....	32
4.3.4. Conceptualización e importancia de Buenas Prácticas.....	33
4.3.5 Características.....	35
4.3.5.1. Capacitación.....	35
4.3.5.2. Asistencia técnica.....	36
4.3.5.3 Evaluación.....	37
4.3.5.4. Monitoreo.....	37
4.4. Proceso principal en el servicio turístico de hospedajes.....	38
4.4.1. Definición de proceso.....	38
4.4.2. Características del proceso.....	40
4.4.3 Departamentalización y Áreas funcionales de las Empresas.....	40
4.4.3.1. Reservas.....	41
4.4.3.2 Recepción.....	43
4.4.3.3. Housekeeping.....	45
4.5. Gestión de calidad aplicada al turismo.....	48
4.5.1. Conceptualización.....	48
4.5.2. Evaluación sobre la calidad	50
4.5.3. Sensibilización interna y externa	52
4.5.4. Los costes y su concepto incluido en la calidad.....	51
4.4.5. Gestión por procesos.....	55
4.5.6. Medición de la calidad.....	57
4.5.7. Cambio y competitividad.....	58
5. OBJETIVOS.....	60
5.1. Objetivo general.....	60
5.2. Objetivos específicos.....	60
6. HIPÓTESIS.....	60

CAPITULO II

PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

1. TÉCNICAS	63
1.1. Observación.....	63
1.2 Encuesta.....	63
2. INSTRUMENTOS	63
2.1 Fichas Documentales.....	63
2.1 Fichas Técnicas de campo.....	63
2.3. Cuestionario.....	63
3. CAMPO DE VERIFICACIÓN	64
3.1 Ámbito.....	62
4. POBLACIÓN	65
4.1 Unidades de Estudio.....	65
5. ESTRATEGIA Y RECOLECCIÓN DE DATOS	67

CAPITULO III

RESULTADOS

1. PRIMERA VARIABLE	69
1.1 Registro de hospedajes	70
1.2 Verificación de Buenas Prácticas.....	93
2. SEGUNDA VARIABLE	108
2.1. Encuesta aplicada a Directivos	109
2.2 Encuesta aplicada a Trabajadores	130
2.3 Encuesta aplicada a Huéspedes	151
DISCUSIÓN	195
CONCLUSIONES	198
SUGERENCIAS.....	201

BIBLIOGRAFÍA.....	201
WEBGRAFÍA.....	202
ANEXOS.....	203

- Instrumento: Ficha Técnica de Campo Verificación de Buenas Prácticas
- Instrumento: Cuestionario dirigido a Directivos
- Instrumento: Cuestionario dirigido a Trabajadores
- Instrumento Cuestionario dirigido a Huéspedes
- Matriz de Cuadro de verificación
- Matriz de Encuesta aplicada a Directivos
- Matriz de Encuesta aplicada a Trabajadores
- Matriz de Encuestas aplicada a Huéspedes



RESUMEN

El trabajo de investigación titulado “**Características del Proceso Principal en el Servicio Turístico de Hospedaje reconocidos por el SABP- CALTUR en Arequipa y su relación con los Beneficios de la Calidad - 2015**”, está orientado a verificar mediante un conjunto de subindicadores la implementación de las Buenas Practicas que son un aspecto importante de la gestión administrativa en algunos hoteles y hostales, que además compromete la actividad de sus colaboradores.

Mediante el **Primer Capítulo**, y en cuyo contenido se plantea el problema que interesa estudiar; el desarrollo y análisis respectivo se concreta mediante dos variables: Las Características del proceso para poder establecer las personalidades que se dan en algunos, y las segunda variable en relación a los Beneficios que se dan cuando en el cumplimiento de las funciones se aplican las Buenas Prácticas.

A través del **Segundo Capítulo** se ha planteado la metodología y estrategias para conseguir una información mediante una encuesta al personal directivo, trabajadores o colaboradores, que al opinar permite conocer los **beneficios personales y empresariales**, que logran por medio de un proceso de capacitación que luego los compromete a incorporar esa experiencia en el servicio que se brinda a los huéspedes, los que finalmente han sido considerados para proporcionar una opinión valorativa, que permita contrastar ante lo señalado por los empleados responsables del servicio.

Luego el **Tercer Capítulo**, que comprende los resultados que cuantitativa y cualitativamente se traducen en cuadros o tablas numéricas y porcentuales; que son interpretadas por la responsable del trabajo para explicar, comparar y señalar aspectos importantes, abordados en la discusión.

Finalmente mediante las **conclusiones**, considerar que el Sistema de Aplicación de las Buenas Prácticas como fin que persigue el CALTUR es un proceso de transformación progresiva que beneficia a los establecimientos de hospedaje y que por esa razón obtienen un primer reconocimiento del organismo oficial, MINCETUR. Se considera así mismo formular algunas sugerencias que refuercen la superación personal y empresarial.



SUMMARY

The research titled "Process Main Features in the Tourist Accommodation Service recognized by the SABP- CALTUR in Arequipa and its relation to the benefits of quality - 2015", is aimed to verify through a set of sub-indicators of implementation Good Practices are an important aspect of the administration in some hotels and hostels, which also compromises the activity of its employees.

By the first chapter, and whose content is of interest to study the problem arises; development and respective concrete analysis using two variables: Features of the process to establish the personalities that exist in some, and the second variable in relation to the benefits that occur when fulfilling the functions apply Good Practices .

Through the second chapter has raised the methodology and strategies for getting information through a survey to managers, employees or collaborators, who review allows to know the personal and business benefits, achieved through a training process that then agrees to incorporate that experience in service to guests, which have finally been considered is provided to provide a valuation opinion, allowing contrast to the statement by the employees responsible for the service.

After the Third Chapter, comprising the results quantitatively and qualitatively translate into numerical and percentage tables or tables; which they are interpreted by the responsible work to explain, compare and identify important aspects addressed in the discussion.

Finally by the findings, considering that the System of Implementation of Good Practices aimed chasing CALTUR is a process of gradual transformation that benefits lodging establishments and for that reason get a first recognition of the official entity MINCETUR. It considers itself to make some suggestions to strengthen personal and business improvement.

INTRODUCCIÓN

El turismo para diversos países y ciudades que se han definido como lugares de destino, posibilitando el desarrollo de una actividad económica importante, resulta ser generador de empleo con impacto social en la estructura empresarial que se adopta, que para el caso peruano se traduce en la presencia de Medianas y Pequeñas Empresas llamadas también MYPES a partir de la concepción anterior, surge desde el espacio académico de las universidades el conocer cómo se efectúa la Gestión de Empresas de Servicios Turísticos que están orientadas a brindar el servicio de hospedaje de la ciudad de Arequipa. La idea de la investigación mediante el presente trabajo, es contextualizar de que manera los establecimientos con el nombre y categoría de hoteles u hostales, que tomaron la decisión de ser partícipes de la oportunidad, para conocer y aprender el **“Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas”**, asumen luego con mucha responsabilidad su implementación en los respectivos centros de trabajo y ámbito empresarial, porque han conocido una forma en que desarrollando las capacidades y competencias de sus trabajadores o colaboradores, se puede fortalecer la estructura empresarial y potenciar el talento personal; para promover continuamente el mejorar sus sistemas de gestión, contribuyendo a que se consiga tener su personal motivado que responde a las exigencias de sus huéspedes, y que estos usuarios del servicio manifiesten una opinión positiva del servicio recibido, expresando además su deseo de retornar o tal vez de comentar favorablemente con otros potenciales visitantes.

La ciudad de Arequipa como un destino en potencial desarrollo turístico, no solo debe mostrar su gran riqueza de recursos naturales y culturales; sino que luego de una primera experiencia otorgada por la capacitación en Buenas Prácticas; también tiene la ocasión de brindar un servicio de hospedaje que cumple con mejorar su atención y ser parte de una estadía grata e inolvidable para sus clientes que en su mayoría son turistas de procedencia nacional, pero igualmente llegan de países Sudamericanos y Latinoamericanos, a los que se agregan visitantes europeos y asiáticos.

Consideramos por el estudio que se ha efectuado para la presente tesis, que hay un importante avance que permite a las MYPES ofrecer un servicio que esta buscando mejorar la calidad del producto hotelero, y tienen el propósito de alcanzar en los beneficios que se otorgan, lograr empresarialmente el “**Sello de Calidad**” como está promoviendo el CULTUR.





CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1. ENUNCIADO

“CARACTERÍSTICAS DEL PROCESO PRINCIPAL EN EL SERVICIO TURÍSTICO DE HOSPEDAJE RECONOCIDOS POR EL SABP – CALTUR EN AREQUIPA Y SU RELACIÓN CON LOS BENEFICIOS DE LA CALIDAD - 2015”

2. DESCRIPCIÓN

2.1. CAMPO Y ÁREA

- Campo: Ciencias Sociales
- Área : Turismo
- Línea : Hotelería

2.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

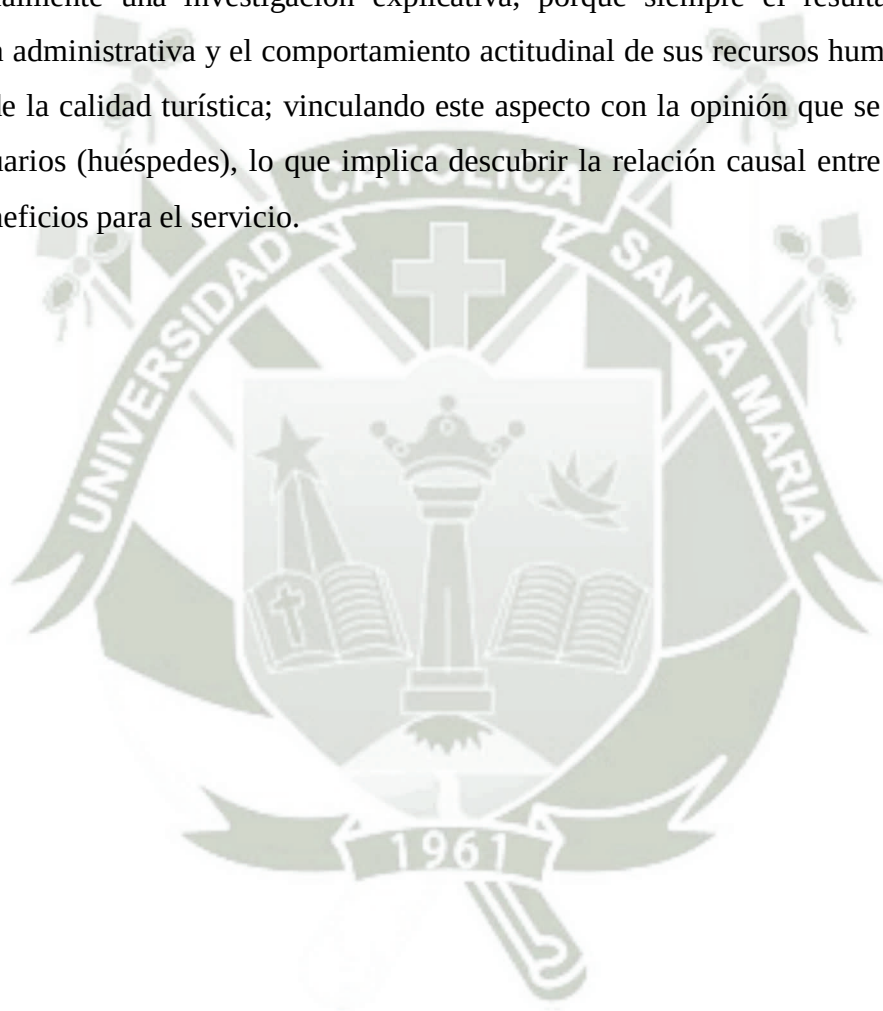
Esta se efectuará buscando tener el conocimiento preciso y teórico de lo que representa el SABP (Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas) para corroborar o comparar su efecto en algunos hospedajes de Arequipa, lo que implica:

- a) Investigación documental, orientada a la recopilación de información para un análisis esencial en la relación documento - conocimiento - aplicación del SABP como estrategia del CALTUR.
- b) Investigación de campo, en trabajo coordinado con los establecimientos de hospedaje acreditados de la ciudad de Arequipa, considerando su vinculación con las variables del estudio.

2.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN

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

Es igualmente una investigación explicativa, porque siempre el resultado para la gestión administrativa y el comportamiento actitudinal de sus recursos humanos, como parte de la calidad turística; vinculando este aspecto con la opinión que se obtenga de los usuarios (huéspedes), lo que implica descubrir la relación causal entre el SABP y los beneficios para el servicio.



2.4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

VARIABLES	INDICADORES	SUBINDICADORES
1. Características del Proceso	1.1 Reservas	1.1.1 Infraestructura y equipamiento 1.1.2 Gestión del servicios 1.1.3 Reservas
	1.2 Recepción	1.2.1 Atención telefónica 1.2.2 Registro de entrada 1.2.3 Atención durante la estadía 1.2.4 Facturación
	1.3 Housekeeping	1.3.1 Infraestructura y equipamiento 1.3.2 Áreas públicas y comunes 1.3.3 Habitaciones y baños 1.3.4 Almacén de pisos 1.3.5 Lavandería 1.3.6 Ropería
2. Beneficios en el servicio	2.1 Reducción de costes	2.1.1 Mejora de la calidad
	2.2 Aumento de productividad	2.2.1 Incremento de ventas
	2.3 Satisfacción de los clientes	2.3.1 Opinión del servicio percibido
	2.4 Elevación moral del personal	2.4.1 Personal motivado y comprometido
	2.5 Reconocimiento	2.5.1 Diploma de Reconocimiento 2.5.2 Entrega de Sticker Buenas Practicas 2.5.3 Inclusión en el Directorio

3. JUSTIFICACIÓN

En el propósito de señalar las razones teóricas y prácticas, que fundamentan la necesidad de realizar la presente investigación, cuyo problema esencial es precisar la importancia de la calidad en turismo a través del servicio que brindan algunos hospedajes, que voluntariamente asumieron el compromiso de implementar en sus establecimientos el Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas y considerando que nuestros argumentos respondan a criterios específicos, señalamos:

Que por su naturaleza el estudio se justifica porque se relaciona con una responsabilidad de gestión que debe identificar el mejoramiento progresivo y favorable de los hospedajes en respuesta a la necesidad y exigencias de los huéspedes, buscando que mantengan de forma sostenida las competencias alcanzadas, por lo tanto, nuestro trabajo es ayudarles a determinar que su esfuerzo trae consigo muchos beneficios.

En lo personal el estudio es una oportunidad de especialización y compromiso para poder motivar al número grupo de hoteles u hospedajes, que bajo la forma administrativa de MYPES, están brindando un servicio básico especialmente a visitantes. El futuro desempeño personal con la experiencia obtenida mediante la investigación propuesta y culminada, me apertura un campo laboral interesante, que respalda al obtener también el título profesional de Licenciada en Turismo y Hotelería.

Académicamente, toda investigación busca tener una relevancia social, que en este caso es vincular a la universidad con la realidad y su trascendencia, ya que se compromete con el desarrollo del turismo proponiendo situaciones favorables para la Mediana y Pequeña Empresa participante en la gestión de un servicio se sienta apoyado y de esa forma también asumir una responsabilidad social empresarial.

4. MARCO TEÓRICO

4.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

En la investigación “Análisis de la percepción y compromiso de los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Trujillo que obtuvieron el reconocimiento de Buenas Prácticas SABP con respecto al Plan Nacional de Calidad Turística” (Lima, 2012)¹, indica el progresivo avance de las empresas del sector turismo en el contexto mundial a efectos de la implantación de la calidad y competitividad como parte de su gestión, ha servido para que el MINCETUR considere estos aspectos relevantes en el marco de sus objetivos; es así, que planteó el Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR), el cual recopila entre sus nociones, el Plan Nacional de Calidad Turística (CALTUR) desarrollado por Eco Goals Consulting + Managment en el año 2005.

Este plan propone a la actualidad dos herramientas, la primera denominada Sistema de Aplicación de Buenas Practicas (SABP) y la segunda, Sello de Calidad Turística; instrumentos que se proyectaron para que los prestadores de servicios turísticos nacionales (organizados como MYPES) consideren como soporte generándoles beneficios en cuanto a la mejora de la calidad en sus organizaciones.

Ahora, el CALTUR para llevar a cabo su propósito y con la finalidad de brindar la calidad total en los servicios turísticos, otorga a las empresas los Manuales de Buenas Prácticas, que serán considerados como apoyo y deben ser aplicados en el curso de las actividades que desempeña una empresa turística; de esta manera se desarrollarán las buenas prácticas empresariales.

La concepción del CALTUR sustenta que un producto turístico de calidad debe reunir un conjunto de atributos como son: atractivos, servicios y facilidades, cuya

¹ Romaní Melissa, Análisis de la percepción y compromiso de los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Trujillo que obtuvieron el reconocimiento de Buenas Prácticas SABP con respecto al Plan Nacional de Calidad Turística, Lima , Perú, 2012, Pgs 25 - 27

características sirvan de estímulo o motivación para que el turista se anime a realizar su visita al sitio donde encontrará ese producto que satisfaga sus necesidades y cumpla sus expectativas, y además logre que esta acción se repita. Además, el CALTUR se enfoca en la búsqueda de consolidar al país como destino turístico y alcanzar su posicionamiento internacionalmente.

Respecto a sus objetivos, estos se desarrollan en función a los siguientes planos en los que interviene: recursos humanos, empresas, sitios y destinos turísticos. Siendo el más relevante para el SABP el Objetivo Específico N° 2 “Prestadores de servicios turísticos que aplican las buenas prácticas empresariales y desarrollan su actividad con responsabilidad social y respeto por el patrimonio natural y cultural” centrándose en su Estrategia N° 2.1 “Implementación de una cultura de planeamiento del servicio con base en estándares y protocolos” para las que expone las siguientes acciones estratégicas:

- Identificación, sistematización y difusión de buenas prácticas de gestión de servicio.
- Desarrollo de un sistema para la aplicación de buenas prácticas de gestión de servicio.
- Otorgamiento de reconocimientos a prestadores de servicios turísticos que aplican buenas prácticas de gestión de servicio.
- Estandarización de los servicios turísticos mediante la elaboración de normas técnicas por el Comité Técnico de Normalización en Turismo, aprobadas por el INDECOPI, organismo oficial de normalización del Perú.
- Desarrollo y aplicación de un Sello de Calidad Turística para los servicios turísticos.

Los antecedentes del CALTUR se dieron en el año 2006, durante el desarrollo de elaboración del PENTUR (2008 – 2018) específicamente en el proceso de la segunda fase; fijando su importancia en los objetivos que allí se establecen y estimándolo como un elemento transversal y clave para la competitividad sostenible del producto turístico

peruano: Este se lleva a cabo gracias a la participaciones de las personas competentes en la prestación del servicio.

4.2. SERVICIO TURÍSTICO DE HOSPEDAJES

4.2.1. Conceptualización

Se entiende por hotelería, según la información recopilada del estudio Técnico en Hotelería y Turismo (España, 2003)², aquellos establecimientos comerciales que brindan y expenden de manera habitual o profesional los servicios turísticos de hospedaje; pudiendo ser habitación o apartamentos, que incluyan servicios complementarios y según los reglamentos de cada país.

Los servicios turísticos son la prestación que se ofrece a personas fuera de su lugar habitual o residencia, no se puede desligar al turismo de la hotelería y los aspectos que este servicio comprende. Dar una definición respecto al tema resulta algo complejo, ya que esa actividad involucra aspectos propios de la vida de cada individuo como: vivencias, gustos, motivos, cultura, entre otros. Sin embargo el Dr. José Ignacio Arrillaga en su trabajo “Ensayos sobre Turismo” publicado en 1962, define al turismo como el desplazamiento voluntario y por un determinado tiempo que se realiza por causas ajenas al lucro, los bienes, servicios y organización que son motivo se dé el desplazamiento de los viajeros a donde se originan estas actividades”.

Los conceptos de turismo y hotelería se encuentren ligados o relacionados entre sí, y nos permite tener en claro, que gracias al crecimiento del primero, el segundo consigue incremento de la demanda y creación de más establecimientos que ofertan el servicio turístico de hospedaje. Asimismo, en los últimos años, el número de personas que se trasladan de un lugar a otro por razones de descanso, visitas, conocer otras culturas,

² Villena Eduardo, Técnico en Hotelería y Turismo, Tomo 1, Editado Cultural S.A., Madrid – España, 2003, Pgs 11-13.

etc; se ha incrementado considerablemente y provoca la necesidad de apertura de más establecimientos que ofrecen los servicios básicos de alojamiento, comida, recreación, igualmente servicios complementarios a cambio de una remuneración y que se puedan acomodar a los diversos niveles económicos del mercado.

4.2.2. Categorización

Los países que tienen una relación muy intensa con la actividad del turismo, como son España, Italia y Francia en el caso de Europa establecen mediante leyes y un conjunto de normas, la definición y especificaciones que sean necesarias para conceptualizar la participación responsable de las empresas prestadoras de servicios de hospedaje.

Para documentar mejor lo que debe considerarse para estos servicios en el caso peruano, tenemos que según el Reglamento de Establecimientos de Hospedaje, y el Decreto Supremo N° 029 – 2004- MINCETUR (Lima – 2004)³; se define como aspecto básico de Hotelería; que es una especialidad del turismo, que brinda el servicio de alojamiento al turista, pero también como el lugar destinado a prestar habitualmente un servicio de alojamiento no permanente, con la posibilidad de añadir o incluir otros servicios complementarios, a condición del pago de una contraprestación previamente establecida en las tarifas.

El mismo MINCETUR, mediante el Decreto Supremo N° 001 – 2015 – MINCETUR de fecha 8 de Junio de 2015 (Lima – 2015)⁴, aprueba el nuevo Reglamento de Establecimiento de Hospedaje, que mediante lo señalado en el Artículo 3°, deroga el Decreto Supremo N° 029 -2004 – MINCETUR; teniendo como resultado de su aplicación, que las **Clases y Categorías de Hospedaje**, se ha modificado de la siguiente manera:

³ MINCETUR, Decreto Supremo N° 029-2004- Mincetur, Lima – Perú, 2004, Pag 3.

⁴ MINCETUR, Decreto Supremo N° 001 – 2015 – Mincetur, Lima – Perú, 2015, Pag 1-5.

Decreto Supremo N° 029 - 2004

Clase	Categoría
1. Hotel	Una a cinco estrellas
2. Apart – hotel	Tres a cinco estrellas
3. Hostal	Una a tres estrellas
4. Resort	Tres a cinco estrellas
5. Ecolodge	-----
6. Albergue	-----

Decreto Supremo N° 001 - 2015

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

Por lo tanto es conveniente precisar que la reciente “**Clasificación y Categorización**”, no afecta la verificación de aquellos establecimientos, que durante el año 2014, al haber sido considerados para recibir una Capacitación relacionado con el Programa de Mejora de Sistemas de Gestión de Empresas de Servicios Turísticos - MGE que les brinda asimismo una asistencia técnica; fueron motivados para ser partícipes del **Sistema de Aplicación de Buenas Practicas – SABP CALTUR**, que finalmente sirvió la evaluación respectiva para que también se les otorgue el “**Reconocimiento o Acreditación**”, siendo este primer beneficio un paso para poder alcanzar posteriormente, el “**Sello de Calidad**”.

Mediante la Primera Disposición Complementaria Transitoria, se indica que, “*los establecimientos que cuenten con el Certificado de clasificación y/o categorización expedido por el MINCETUR o por el Órgano Competente, vigente, antes de la entrada en vigencia del presente Reglamento, podrán mantener su clasificación en el tiempo...*”, lo cual debe interpretarse que no altera el procedimiento utilizado por el MINCETUR que durante el año 2014, ejecutó una política de gestión para comprometer en algunas ciudades o regiones del país, el aplicar las “**Buenas Practicas**” que luego permiten a las Empresas Turísticas de Hospedaje a ser partícipes de un servicio turístico sostenible.

En este reglamento, recoge además diferentes definiciones relacionados a los establecimientos de hospedaje con el fin de que se ejecuten debidamente las

disposiciones decretadas en el mismo; también sobre categorización indica que: el rango en estrellas establecido por el reglamento sirve para diferenciar cada clase de establecimiento de hospedaje que pueda encontrarse, y las condiciones de funcionamiento más los servicios que deben ofertar. Deja en claro que los establecimientos al ser categorizados, pueden considerarse en la clase Hotel y hostel que serán las unidades de estudio para este presente trabajo.

Igualmente para la investigación, tomaremos los conceptos de hotel y hostel porque es la categoría que han obtenido los establecimientos de hospedaje que son materia de estudio. Según el Reglamento define al hotel: como el establecimiento de hospedaje que cuenta con no menos de 20 habitaciones y que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea.

El libro de Técnico en Hotelería y Turismo (España, 2003)⁵ explica el concepto de hotel, con criterios de clasificación y debiendo cumplir requisitos, para la designación de estrellas. Por lo tanto, los hoteles deben establecerse en todo el edificio o en una parte independiente de él, contar con adecuadas medidas de diseño y seguridad en infraestructura y manejo de materiales, ofrecer el alojamiento como el sustento o una pensión completa, según el reglamento del país al que pertenece el mínimo de habitaciones con baño independiente en cada una para que puedan obtener la categoría de hotel.

Y define a hostel; como el establecimiento de hospedaje que cuenta con no menos de 6 habitaciones y que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea. Los establecimientos de hospedaje para ser categorizados como Hostales de 1 a 3 estrellas.

⁵ Villena Eduardo, Técnico en Hotelería y Turismo, Tomo 1, Editado Cultural S.A., Madrid – España, 2003, Pg 15.

4.2.2.1 Características esenciales

En cuanto a sus características, estas van en relación a la categoría de hotel conforme a su ubicación y teniendo en cuenta que servirán para la mejor prestación del servicio, se considera las siguientes:

- Deben encontrarse aproximados a lugares donde el cliente muestre mayor interés y por motivos que le sean prescindibles durante su permanencia.
- Debe existir relación entre el precio y las instalaciones y servicios que se ofrecen.
- Contar con instalaciones complementarias, acorde a los gustos del cliente y de los que pueda hacer disfrute cubriendo sus necesidades.
- Brindar acceso a servicios suplementarios, es decir a servicios que no pertenecen directamente al hotel, pero lo cuales se le pueden facilitar al cliente.

4.2.3. La empresa turística familiar en hotelería MYPES

Los autores Cristóbal Casanueva y María Ángeles Gallego (Madrid, 2012)⁶, consideran que la gestión de las empresas turísticas familiares, tiene una caracterización donde claramente se advierte la relación de sus componentes: negocio y familia, por lo tanto resulta una estructura turística familiar, que permite la participación familiar con el aporte de capital y que esto a su vez también le otorga el derecho de ocupar cargos y desempeñar funciones importantes en los órganos de la empresa.

4.2.3.1. Estructura, fines y objetivos

Según el Reglamento de la Ley MYPE DECRETO SUPREMO N° 007-2008-TR (Lima, 2008)⁷ define a la Micro y Pequeña empresa como una unidad económica

⁶ Casanueva Cristóbal y María Ángeles, Empresas y Organizaciones turísticas, 2ª Edic, Ediciones Pirámide Madrid – España, 2012, Pg 43.

⁷ Ley MYPE, DECRETO SUPREMO N° 007-2008-TR, Lima – Perú, 2008

establecida por una persona natural o jurídica, que se da en organizaciones o gestión empresarial considerada en la ley que rige actualmente, su principal objetivo es el de realizar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o la prestación de servicios. Se le conoce a esta ley con la sigla MYPE.

Así, también entre sus objetivos la ley busca promover la competitividad, formalización y desarrollo de este tipo de empresas, para lograr un mercado interno y externo más extenso, asimismo el fomento del empleo, inclusión social y formalizar la economía, para alcanzar el avance del empleo, las medidas dignas y competencia en las que se debe desarrollar.

Las MYPES concentran las siguientes características para ser consideradas como tales, por tanto:

- Microempresa: de uno (1) hasta diez (10) trabajadores, incluye ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Pequeña Empresa: de uno (1) hasta cien (100) trabajadores, y ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

4.2.3.2 La responsabilidad social

En este punto, según el estudio de Cristóbal Casanueva y María Ángeles Gallego G. Empresas y organizaciones Turísticas (Madrid, 2012)⁸ manifiesta sobre responsabilidad social, que es el vínculo que existe entre la empresa turística, su entorno y el resto de individuos u organizaciones.

⁸ Casanueva Cristóbal y María Ángeles Gallego, Empresas y Organización Turísticas, 2da Edic, Ediciones Pirámide, Madrid, España, 2012, Pgs 120-122

Los objetivos y metas de la organización también deben ir ligados a ella de manera particular. Surgen problemas cuando una empresa que produce bienes y servicios, como parte de sus funciones y actividades económicas diarias, le generan rentabilidad en su producción y le solicitan integrar a sus fines y objetivos el valor de mejorar el bienestar de la sociedad. Varias empresas consideran que la responsabilidad social es limitada a los objetivos y metas que ya tienen establecidos y que el cumplimiento de estos basta para connotarse como responsables alegando que cualquier actividad que pueda realizar la empresa y que no sea rentable para la misma no sería visto como responsable. Pero, a esta visión y de manera contraria, las empresas actualmente reciben demandas por parte del gobierno, de la sociedad y de los clientes que se encuentran en un entorno social del cual obtienen recursos, que ellos transforman para ofrecerlos y así obtener beneficios económicos, por lo que deben realizar actividades que vayan más allá del provecho propio.

Además, este concepto se encuentra asociado a la legislación de manera que si las empresas cumplen legalmente con las normas establecidas por el gobierno esto se considera que garantizan el bien común.

Para dar un mayor alcance del concepto de responsabilidad social en las empresas, es conveniente explicar hasta donde y para quienes se sienten las empresas socialmente responsables. Se debe evaluar tres posturas; la primera, referida a que toda empresa responsable socialmente, desempeña actividades que produzcan beneficios y rentabilidad para la empresa; siendo ese el fin de toda empresa, la segunda, se relaciona la responsabilidad social con la obligación que la empresa debe asumir con la sociedad, porque los recursos se extraen de esta, y por ello debe rendir cuenta de la administración y pagar a la sociedad, otra forma de demostrarse responsables con la sociedad es cumpliendo las leyes gubernamentales y no mostrar irrespeto o faltando a ellas; la tercera, conlleva a implicar la responsabilidad social en las metas y objetivos de la empresa con el propósito de mejorar la sociedad.

En tanto, para la segunda cuestión, ante quienes se debe ser responsables señala la posición clásica de sólo ante accionistas y propietarios de una empresa; una posición más actual e intentando dar mayor nivel de responsabilidad social, es ante los colaboradores y ejecutivos, una posición más arriba y superior sugiere ante elementos de su entorno, clientes, proveedores, etc; y por último, una posición vanguardista dice ante toda la sociedad en general.

Todas estas posiciones serán estudiadas en cuanto a costes y beneficios, estimadas por los ejecutivos de la empresa. Además, el panorama de la responsabilidad social es visto por todos, lo que puede generar beneficios en la imagen de una empresa y lograr tomarla como una estrategia de marketing.

Asimismo, la relación con la ética empresarial guiada por los valores de la empresa, diferenciando lo bueno de lo malo, lo correcto de lo incorrecto en la toma de decisiones, pero esto va más allá de los principios morales de una empresa, es decir bien enfocados al uso. Pero es complejo precisar este enfoque, porque las decisiones por directivos de una empresa afectaran al conjunto de ella, entonces no será fácil determinar si esta actuación de comportamiento ético, pertenece solo directivos o a toda la empresa, para ello la organización se abastecerá de un conjunto de valores que sean aceptados por la empresa y todos sus miembros, así la decisión de directivos será más conforme a la convicción de la empresa.

4.2.3.3. El entorno medioambiental

Uno de los aspectos de la empresa turística será valorar el medio ambiente como parte de su entorno; teniendo en cuenta que el medio ambiente está compuesto por factores físicos, naturales, ecológicos, paisajísticos y a la vez sociales, culturales, económicos presentes en todos los ámbitos geográficos con los que se relaciona el turista al momento de su visita. La correspondencia entre las empresas turísticas y los recursos turísticos su relación, queda clara en puntos anteriores.

Consecuentemente, las empresas turísticas tendrán un compromiso con el medio ambiente en lo que respecta a su conservación, porque el turismo genera movimiento y concentración cada vez mayor de individuos, que realizan actividades que pueden ocasionar el alterar zonas sensibles como son los espacios naturales, monumentos, evidencias culturales. Pero las posturas de las empresas turísticas frente a estas variaciones provocadas por la actividad, pueden tomar dos situaciones; por un lado las empresas que se mostraran esquivas negando su influencia y por otro lado, las empresas que participan activamente, comprometidas y consecuentes con la causa.

Así, se debe manejar la gestión ambiental con la idea de la sostenibilidad, de esta forma se aprovechará y explotará la economía de la empresa turística y recursos turísticos, pero preservando los mismos para un futuro.

4.2.3.4. Características de los empleados

Las características de los empleados del servicio de hospedaje según las Técnicas en Hotelería y Turismo (Madrid-2003)⁹, hace una concepción de los diferentes colaboradores, de los cuales se considerará al gerente, recepcionista, reservas y camareros siendo las siguientes:

- **El Gerente:** o director general, se encargará de representar a la organización frente a terceros, y llevará un manejo de los recursos necesarios para desarrollo de la actividad, lo realizará con los procedimientos del planeamiento, organización, dirección y control, para conseguir sus objetivos trazados. Las funciones que desempeña un gerente son variadas teniendo que desenvolverse en los diferentes roles que se demanden, y se le atribuirá el éxito o fracaso de la empresa. En los grupos de trabajo organizados con el motivo de discutir el alcance de la metas de la empresa, será el gerente quien demuestre liderazgo, dirección y coordinación para que se logre el cometido.

⁹ Villena Eduardo, Técnico en Hotelería y Turismo, Tomo 1, Editado Cultural S.A., Madrid – España, 2003, Pgs 21-36

Actualmente, las empresas se centran en recoger información acerca de las necesidades e intereses de clientes potenciales, para analizarlo y operar lo mejor para que la empresa pueda alcanzar la satisfacción de los consumidores.

La gerencia hotelera debe encontrarse orientada; primero al cliente, para reconocer que desean y acomodar la oferta a ello; segundo, a la competencia, porque se necesita darle al cliente lo que quiere, y se debe accionar mejor que la competencia lo cual requerirá conocerlos y estudiar su oferta para poder mejorar la propia; tercero, una coordinación interfuncional se refiere a la adecuada coordinación entre los departamentos para que funcione sus acciones punto en el nivel de la calidad.

En todas estas situaciones interviene el gerente, quien recopila la información del mercado para procesarla, poder evaluarla y realizar sus esfuerzos en base a ella.

- **El Recepcionista:** es la persona que atenderá al público en general como a los huéspedes, ubicado en el área de recepción. Entre sus funciones se encuentran:
 - a. Administra las reservas, e intenta obtener la mayor ocupabilidad posible.
 - b. Se encarga de atender las salidas y entradas de manera cordial y eficaz, formando la información necesaria para que se dé el servicio.
 - c. Prestará atención a los huéspedes durante su permanencia, tratando de cumplir con sus expectativas siguiendo los estándares de la empresa.
 - d. Ejecutará y formalizará la información de modo que se aproveche para otros departamentos, en gestión económica – administrativa.
 - e. Realiza funciones de cobro y control de los consumos de los clientes en los diversos puntos de venta.
 - f. Vela por la seguridad de los huéspedes sus posesiones, las del hotel, cerciorándose de los accesos y todas la áreas del hotel
 - g. Recepciona la mensajería y atiende pedidos especiales.

- h. Brinda información de las actividades turísticas de interés a los huéspedes, facilitándoles las mayores comodidades para el disfrute de las mismas.
 - i. Atiende las comunicaciones externas e internas de los huéspedes para que departamentos las difunden y obtener resultados en forma eficiente.
 - j. Controla y anota las llamadas externas que realicen los colaboradores o huéspedes para su debida facturación.
- **Reservas:** El tiempo es un factor clave para las reservas, debido a este se podrá manejar mejor el volumen de las reservas, para ello existen técnicas que el personal de esta área debe conocer, se debe comenzar identificándose y brindar un saludo, después se atenderá la demanda del posible cliente con sumo cuidado y seguidamente se tomará registros de los datos personales para efectuar la reserva, que culminará con la confirmación o no de la reserva. Por esa razón, es importante que el personal a cargo conozca la estructura, tarifas, estado de las habitaciones, entre otros, todo lo referente a la organización.
 - **El Camarero:** Es la persona encargada de dar atención en el servicio de mesas, entregando pedidos de comida o bebidas. El camarero servirá las órdenes del cliente, que pueden ser elaboradas en cocina en caso de comidas, en las que el camarero es subordinado al jefe de comedor y en caso de bebidas realizadas por el barman. Las expectativas de los clientes van más allá de recibir una comida o bebida elaborada correctamente, asimismo, otorgar un servicio profesional.

4.2.4. Calidad de la empresa turística

Diversos autores señalan que la arrasadora competitividad que ha surgido en el sector turístico en la actualidad por la diversidad de oferta tanto nacional como internacional, además de proponer precios competitivamente interesantes para el mercado, ha llevado a que las empresas turísticas analicen y opten por tomar otras medidas como la

implantación de la calidad, excluyendo el precio como el causante a la hora de adquirir o no un servicio.

Este incremento de la competitividad ha promovido entonces que la calidad sea un objetivo permanente durante las actividades que realizan las organizaciones turísticas. Algunas empresas turísticas del ayer, empezaron la prestación de servicios de calidad; tratando de cumplir con las necesidades de los clientes y de modo rentable. Por ello, que la calidad se ve como un resultado de la competencia.

Por lo tanto, se debe aclarar las ideas que surgen del pasado, en donde afirman que la calidad está relacionada a un mayor coste; siendo creencias que tergiversan la concepción de calidad, en el sentido de satisfacer las expectativas, necesidades y gustos de los clientes. Entonces, se puede decir de la calidad “hacer las cosas como espera el cliente” demostrando en los procesos la eficiencia y eficacia en la prestación del servicio, lo que significa reducción de costes al no haber errores de elaboración.

Considerando además, que el desempeño de la organización está orientado a cumplir la complacencia del consumidor, la cual trae ciertos niveles de exigencia por parte de los clientes, pero lo que no represente el aumento en costes del producto o servicio, de esta manera resulta importante la relación entre precio/calidad/rentabilidad para poder continuar en el mercado no dejando al abandono esta aseveración, para ello los empresarios hoteleros deberán respetar la implantación de la calidad en sus procesos para dar lo mejor a sus clientes y su plena satisfacción.

4.2.4.1 Calidad del servicio en el sector turístico

Según el estudio realizado por Mar Alonso Almeida y otros Gestión de la calidad de los Procesos Turísticos (Madrid, 2006) ¹⁰, son varios aspectos los que influyen en la decisión de viaje, como el portal Internet es un factor importante que permite actualmente tener acceso al adquirir un servicio turístico, dando oportunidad de

¹⁰ ALMEIDA, Mar Alonso y otros; Gestión de la Calidad de los Procesos Turísticos, Editorial Síntesis, Madrid, 2006. Pgs 11- 14

escoger entre una oferta más variada y amplia, además de dar la facilidad de organizar el viaje, elaborando un plan de viaje y que incluya todos los servicios, especialmente el destino y los servicios básicos como el hospedaje. Actualmente se encuentran turistas más experimentados y severos al momento de calificar el servicio; esto sucede porque el cliente aprecia el capital que posee y lo que espera recibir del servicio de calidad.

Entre los desafíos que una empresa turística debe enfrentar, se tiene; la optimización del servicio, mejora de las habilidades de los colaboradores, optimizando los conocimientos de calidad y atención al cliente, mejora de los procesos aplicando conceptos de calidad, manejar precios competitivos y elaborar planes sostenibles.

4.2.4.2 Concepto actual de calidad dimensiones y principios

Según el paso del tiempo la definición de la palabra “calidad” ha ido variando, así para Reeves y Reinar (1994) ¹¹ en este concepto se puede señalar que:

a) Calidad es valor, por tanto debe existir una correspondencia en donde el servicio entregado asegure la satisfacción del usuario y que este a su vez vaya acorde al precio. Señalando entonces que calidad supone un servicio óptimo, subordinado a la utilidad y el valor monetario del mismo; así se consigue una ventaja.

b) Calidad es igualar o exceder las expectativas de los clientes.

Para esta definición, se debe comprender que cada cliente es distinto y que por tanto sus expectativas del servicio difieren, la organización reconoce a su diversificada oferta clasificándola y entenderá sus necesidades para poder cumplirlas.

¹¹ Reeves C.A. y Reinar D.A. “Defining Quality; Alternatives and Implications”, en Academy of Management Review, Vol. 19, N°3, 1994 Pg 20

Por lo tanto para nuestro estudio consideramos precisar que la “Calidad” es:

- a) La responsabilidad incluirá a todos los involucrados en el proceso, es decir, la empresa, sus colaboradores, clientes y proveedores.
- b) Comprometer a los trabajadores, impulsándolo brinden asistencia y cooperación continua.
- c) Promover la realización de las actividades bien efectuadas, la correcta orientación y la mejora permanente.

4.3. CALTUR Y EL SISTEMA APLICADO DE BUENAS PRÁCTICAS

4.3.1. Definición y fines del CALTUR

En el propósito de conceptuar la definición de la Calidad Turística para poder explicar como el SABP (Sistema de Aplicación de Buenas Practicas), viene a constituir una estrategia para promover la competitividad y sea un sustento para consolidar el desarrollo del Turismo en el país. Mediante este razonamiento consideramos que trabajar el CALTUR, implica buscar la excelencia en la prestación de un servicio turístico.

El contenido de la Resolución Ministerial N° 073-2011-MINCETUR/DM – 2011 (Lima, 2011)¹² ; ha sido útil para expresar que el Plan Nacional de Calidad Turística CALTUR, es un instrumento que forma parte importante del Plan Estratégico Nacional de Turismo PENTUR, tomando ideas y valores de éste, para convertir al Perú en un destino turístico identificado por la calidad en su oferta turística y mejorar su posición a nivel mundial.

El CALTUR comprende el periodo 2011 – 2018, con objetivos generales y específicos que intenta alcanzar mediante estrategias y acciones, para así mejorar la calidad y crear

¹² MINCETUR, Resolución Ministerial N° 073-2011-MINCETUR/DM, Lima –Perú, 2011, pg 3.

una cultura de calidad en el país en este tema. Estrategias y acciones que podrían variar en el tiempo de acuerdo a sus resultados, a las circunstancias dentro como fuera del país o a la actualización en sus procesos, con el fin de garantizar la sostenibilidad del destino y la satisfacción del cliente.

El CALTUR se fundamenta en que un producto turístico de calidad debe combinar los atractivos, servicios y facilidades que motiven al turista a realizar su viaje al destino que lo ofrece y que este acto se repita brindando servicios que satisfagan las expectativas del turista.

La finalidad del CALTUR junto con el PENTUR ha sido la de implementar instrumentos iniciales como: Sistema de Aplicación de Buenas Practicas – SABP y el Sello de Calidad Turística – CALTUR, orientados a fomentar la competitividad de la empresa turística, es decir la percepción de calidad del turista o la experiencia durante su visita y al cumplimiento de sus expectativas durante su estadía. Por otro lado la competitividad turística se entiende también como la mejora continua de los productos y servicios que se ofertan.

4.3.2. Objetivos del Programa

En cuanto a los objetivos del programa según la (Guía Metodológica del Facilitador-2012)¹³ en esta se propone alcanzar:

- a. Incrementar la calidad de los servicios y mejorar la atención para alcanzar mayor satisfacción de los clientes.
- b. Incrementar las ventas y reducir los costos de operación para mejorar los ingresos de las empresas del sector.
- c. Incrementar la satisfacción de los colaboradores de las empresas del sector generando un ambiente más cálido y humano.

¹³ MINCETUR, Guía Metodológica del Facilitador, Facilitando Procesos de Aprendizaje de Mejora de Sistemas de Gestión, Edit. Mincetur, Lima –Perú, 2012; Pgs 19-22

Para lograr los objetivos antes referidos, resulta necesario consolidar el conocimiento para desarrollar una actitud de diálogo con los participantes que son el capital humano con el cual se busca mejorar la gestión de la empresa de servicios turísticos. Dicho conjunto de personas identificado como el talento humano potencial, tienen un cúmulo de particularidades que se vinculan con su (manera de ser), facilidad para el aprendizaje y el conocimiento previo sobre la problemática del turismo, constituyendo en resumen sus competencias y capacidades.

Por lo tanto, los objetivos del CALTUR se convierten en el proceso educativo empresarial, cuyo aprendizaje obliga a una interrelación y ayuda mutua; para ser verdaderamente competentes, sobretodo que sus habilidades y técnicas permitan mejorar progresivamente la gestión empresarial.

4.3.3 Fases del Programa e intervención

- **Fase 1. Autoevaluación:** Se entiende a conocer la realidad de la empresa tomando en cuenta indicadores del programa; esta evaluación se dará por el empresario y sus colaboradores, en conjunto. En este punto la fase de aprendizaje es la de enfocarse en la empresa y el estado verídico en que se encuentra esta.
- **Fase 2. Capacitación:** Se refiere a reflexionar para tomar medidas de acción, intercambian y fortalecen experiencias para que se comprenda y valore el cambio o mejora. Y para aprender llevarán a la práctica la capacitación para cada módulo. La fase de aprendizaje en este nivel es el de renovar a través de la experiencia.
- **Fase 3. Asistencia técnica:** Se continuará aplicando acciones correctivas para eliminar los puntos débiles, aquellos por los que no se logra la eficiencia en la gestión, exclusivamente el que afecta al servicio que se le da al cliente. Por ello, la fase de aprendizaje será afianzar las ideas en los procesos.

- **Fase 4. Evaluación y monitoreo:** El asesor, servirá de apoyo, revisando las acciones de mejora aplicada, tomando las recomendaciones y midiendo el avance de la empresa en relación con las mejoras aplicadas. La fase de aprendizaje se logrará implementando o aumentando mejoras respectivas.

- **Fase 5. Plan de Acción:** Momento de inicio del proceso, el empresario y sus colaboradores clave realizarán el proceso de la empresa sin presencia del asesor del programa. Para ello, elaborarán un plan de acción que orientará y fortalecerá la gestión de la empresa en busca de la mejora y brindar atención de calidad al cliente. En el plan de acción, la fase de aprendizaje continuará progresando.

Así, con las fases de intervención mencionadas y el aprendizaje que llegarán a concretar a través de estas y la experiencia, serán un apoyo para que los implicados en la gestión de la empresa alcancen el nivel de mejora para la empresa de servicios turísticos.

4.3.4. Conceptualización e Importancia de Buenas prácticas

En el compilado de la Guía Metodológica para el desarrollo del Sistema de Aplicación de Buenas Practicas (Lima -2012)¹⁴ expone que la buena práctica es “una forma de hacer que ha probado su efectividad en una situación y puede ser aplicable en otra”, se fundamenta en que las buenas prácticas pueden impulsar la innovación o actuar para conseguir la eficacia y eficiencia en los servicios prestados. Por ello, permiten a las empresas captar las experiencias y aprendizajes exitosos de otros, para tomarlas como modelo y aplicarlas.

¹⁴ MINCETUR, Guía Metodológica para el desarrollo del Sistema de Aplicación de Buenas Practicas, Edit. Mincerur- Caltur, Lima – Perú, 2012, Pgs 11-83

Las organizaciones empresariales y el gobierno, con fines de mejora en la prestación de servicios de calidad, están tomando interés en identificar, sistematizar y difundir las buenas prácticas.

Identificarlas es necesario para el aprendizaje, que comprende una supervisión y evaluación para entender que funciona y que no, para llegar a la excelencia. Sistematizarlas, significa estandarizar los procesos para copiar la experiencia y alcanzar la calidad en la red empresarial. Difundirlas, se entiende el implementar un sistema de capacitación, asesoría técnicas y monitoreo para garantizar la transmisión de buenas prácticas a otras empresas, que forman parte de la red empresarial de los servicios turísticos.

El MINCETUR, está implementando las buenas prácticas a la gestión en los servicios turísticos, con ello pretende corregir o mejorar la gestión operativa de las empresas, prevenir o minimizar los impactos negativos que puede generar la actividad turística y optimizar así la calidad en los servicios ofrecidos al turista.

En cuanto a su importancia; se conoce que el sector turismo es potencial actor para el desarrollo económico y social de un país. Además, el Perú por la riqueza natural y cultural que posee tiene capacidad propia para atraer turismo, si a ello se le suma el brindar un producto turístico de calidad tendrá ventaja frente a otros destinos, siendo motivo de decisión para el viaje del turista y brindarle una experiencia satisfactoria.

Es importante mejorar la calidad de los servicios ofertados por el crecimiento anual de la demanda. El empresario debe tener en cuenta las buenas prácticas como ejemplos de actuación exitosos a seguir y así continuar con la mejora de la calidad del servicio, sabiendo que estas son experiencias de éxito. De esta manera, se busca mejorar la calidad del sector turístico, así posicionar y diferenciar un elemento de los competidores.

4.3.5 Características

En la Guía Metodológica del Sistema de Aplicación de Buenas Practicas (Perú, 2012)¹⁵ encontramos las siguientes características:

- Innovación o creatividad: se plantea operación, estilos de trabajo, procedimientos y técnicas novedosas, realizadas con éxito.
- Eficacia/Impacto: para lograr el éxito en los objetivos propuestos y resultados esperados.
- Replicabilidad: comprenden los procesos y recursos que repitan la experiencia exitosa, sus elementos pueden ajustarse a circunstancias nuevas o diferentes.
- Sostenibilidad: se refiere al grado o nivel de continuación y permanecía de los procesos establecidos y logros alcanzados.
- Pertenencia: se refiere a que tan apto y oportuna es la experiencia realizada con respecto al contexto de la empresa donde se desarrolla la experiencia.
- Eficiencia y ejecución: la capacidad de obtener resultados teniendo en cuenta el tiempo mínimo, energía y recursos financieros.

4.3.5.1. Capacitación

Es relevante para que una empresa se mantenga en el mercado y continúe desarrollando sus actividades, teniendo en cuenta que la competencia avanza a pasos agigantados en el mercado, el aumento de los consumidores interesados en recibir servicios de calidad, y presiona a los colaboradores que posean conocimientos, habilidades y actitudes para que logren desempeñarse eficientemente en su puesto de trabajo.

¹⁵ MINCETUR, Guía Metodológica del Sistema de Aplicación de Buenas Practicas, Lima – Perú, Pgs 11-83

Se cita en el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, que reconoce la capacitación como la acción o efecto de capacitar y que este signifique hacerlo apto, para algo.

También, en el mundo del turismo se entiende la capacitación como el impulso del aprendizaje de su personal. La capacitación comprende un conjunto de procesos que hará la empresa para conseguir el progreso en competencias, capacidades, conocimientos, actitudes y motivaciones; y así incentivar el desarrollo integral logrando cumplir los objetivos de la empresa y mejorar el servicio en aspectos de calidad, satisfaciendo las necesidades de su cliente.

4.3.5.2. Asistencia técnica

Se entiende al proceso de asesoría continua y especializada, durante la aplicación de las buenas prácticas a empresas de turismo en el campo de trabajo, se lleva a cabo por una persona o equipo especializado en el tema de calidad y competitividad.

Es también una acción sistémica, que sirve de orientación al empresario y a sus colaboradores para que realicen un mejor desempeño de sus tareas mejorando la calidad del servicio que brinda la empresa. Se efectúa de manera oportuna, personalizada, especializada y sostenida.

Igualmente, forma al personal, y permite el intercambio de experiencias asesor técnico - personal, obviando niveles de jerarquía, creando un clima favorable para la interacción, lo que posibilita el diálogo, la observación y evaluación del trabajo en la empresa, con propósito de constituir compromisos para crecer como unidad.

Por otro lado, la asistencia técnica, se caracteriza por ser diferente y novedosa, ya que permite un acercamiento del MINCETUR con los empresarios, profesionales y empleados del sector turismo.

4.3.5.3 Evaluación

En esta fase se le da valor al nivel de aplicación de buenas prácticas, con el fin de acreditar o demostrar si la empresa de turismo aplica las buenas prácticas en sus procesos y actividades diarias, además califica su desempeño para otorgarles así un reconocimiento por su labor en la calidad de los servicios que presta.

Para tener un respaldo o confiabilidad de la empresa participante y ser motivación que otras empresas deben seguir en la prestación de servicios de calidad, teniendo las siguientes características:

- Ser Objetiva: Deben medirse y analizarse los conocimientos, procedimientos y valores de las buenas practicas.
- Ser imparcial: es decir, los evaluadores a cargo deben ser neutros y transparentes al realizar la evaluación.
- Ser válida: Se refiere a medir lo planificado, con definiciones establecidas
- Ser confiable: Se dará a través de instrumentos y técnicas que permitan recoger información objetivamente.

4.3.5.4. Monitoreo

Proceso en el que se recoge, el análisis y sistematización de la información acerca del proceso de aplicación de las buenas prácticas. Con el fin de detectar los problemas que tienen las personas competentes, en la implementación de las buenas prácticas, para así realizar ajustes o cambios y alcanzar la calidad en el servicio

Se recoge información de diferentes momentos, para poder medir la situación real del proceso, conocimientos, valores y actitudes de buenas prácticas, resultados esperados. Se espera de esta fase los resultados logrados; por lo cual constituye el proceso de

implementación de buenas prácticas, asignar responsabilidades y facilita la asistencia técnica.

Se utilizará instrumentos establecidos, para obtener información de cada periodo de tiempo en que medida se va consiguiendo el proceso, da a conocer también cuando hace incidencia de capacitación o asistencia técnica. Se recomienda que expertos externos realicen el monitoreo, ya que la opinión imparcial y análisis de ellos, podría significar de ayuda para identificar lo que no funciona bien y comprender por qué y las acciones a realizar por el MINCETUR; nuevos conocimientos y evitar o superar conflictos de interés y subjetividad.

4.4. PROCESO PRINCIPAL EN EL SERVICIO TURISTICO DE HOSPEDAJES

4.4.1. Definición de Proceso

Para poder definir proceso, es necesario antes dar a conocer que las actuales ideologías en administración consideran que la calidad debe manejarse de manera planificada, y esto se logrará mejorando el proceso.

El Dr. Mario Gutiérrez en su estudio Administrar para la calidad (México, 1994)¹⁶ indica el concepto de proceso es la serie de acciones o actividades que ocurren con la finalidad de que de la relación entre sí de dichos eventos, estos conlleven a obtener resultados determinados.

Se refiere también como proceso al conjunto de elementos causales, de los cuales su correspondencia o conexión recíproca dará como consecuencia resultados. En una empresa, el proceso total se constituye por un conjunto de procesos parciales o más pequeños que forman parte de un todo; y que abarca cada departamento internamente.

¹⁶ Gutiérrez Mario, Administrar para la Calidad, Edit. Limusa, México – 1994, Pgs 73-77

A proceso; asimismo, se considerará a toda aquella acción, en la cual ocurre un cambio, reajuste o variación de la materia o recursos.

Además, Gutiérrez afirma que en cada proceso habrá variabilidad ya que resulta complicado mantener la interacción en el proceso, por ello, no se encontrará igualdad en los resultados obtenidos en cada proceso. La actual visión de las empresas, es actuar considerando operar el proceso con una proporción de pérdida, es decir un problema; al que se le tiene que dar una solución respectiva, concluyendo de esta manera que si el proceso adquiere mejoras en su consecución, en igual magnitud mejorará el proceso, efecto que traerá, otorgar un producto con mayor calidad al usuario.

Según Philip Kotler et en su estudio Mercadotécnica para hotelería y turismo (México, 1997)¹⁷ expone que las empresas se organizan en departamentos habitualmente, pero esto a dado a relucir problemas, debido a que cada departamento se enfoca en el logro de sus objetivos específicos; mas no, alcanzar el objetivo común de la empresa. Por lo tanto, se crean barreras, no existiendo la cooperación entre departamentos o la coordinación para lograr el ideal esperado; así se ralentizan las actividades y se modifican los planes entre departamentos.

Lo cual, ha incentivado a las empresas dar mayor importancia al trabajo que se realizan en sus departamentos, teniendo a considerar que estos deben llevar una adecuada interacción entre sí, derribando los inconvenientes que puedan surgir en el proceso para así obtener resultados positivos que se materialicen en productos efectivos. Por lo que, recientemente, buscan crear equipos, que realicen sus tareas con dependencia entre departamentos y se orienten los procesos en áreas primordiales en la organización.

¹⁷ Kotler Philip y otros, Mercadotecnia para hotelería y turismo, Edit. Prentice Hall 1ª edición, México – 1997, Pg 50

4.4.2. Características del Proceso

Para empezar a definir las características que comprenden el Proceso principal en la hotelería, se considera que es importante antes dar una breve definición de hotel; según el blog Tecno Hotelería (Argentina, 2012)¹⁸, documento web consultado se conoce como hotel al establecimiento o edificación adecuado para brindar servicio de alojamiento por un periodo de tiempo, permitiendo el traslado o movimiento del visitante de un lugar a otro.

El hotel asimismo ofrece a sus clientes, no solo el pernocte, además brinda servicios adicionales o complementarios que satisfagan sus necesidades, como puede ser el servicio de restaurante, gimnasio, áreas de esparcimiento entre otros. En un hotel, el modo en cómo se ejecuten sus operaciones de control, coordinación y sincronización, es decir se lleve de manera organizada sus procesos y la favorable relación entre sus departamentos; además de su categorización, son las que concluirán para definir el prestigio de la empresa hotelera a nivel del sector.

4.4.3. Departamentalización y Áreas funcionales de la empresa

La departamentalización consiste en el proceso por el cual una organización se divide estructuralmente, combinando trabajos en departamentos de acuerdo con alguna base o característica compartida.

Este ordenamiento compromete desde los niveles superiores a los inferiores, pues todos tienen tareas que realizar. Según el grado de especialización que se adopte, la organización en general y la empresa en particular presenta una departamentalización que es necesario llevar a su punto más adecuada realización. Considerando además que, el proceso incide en las características y el tipo de estructuración y gestión.

¹⁸ <http://tecnohoteleria.blogspot.com/2012/09/front-office.html>

Las áreas de actividad, conocidas también como áreas de responsabilidad, están en relación directa con las funciones básicas que realiza la empresa a fin de lograr sus objetivos.

La efectividad de una empresa depende, de la coordinación balanceada entre las etapas del proceso administrativo y la adecuada realización de las actividades de las principales áreas funcionales.

La unidad administrativa tiene actividades elementales que se realizan en el interior de una empresa relacionado con las personas encargadas de realizarlas, que a su vez configura la jerarquía de la organización cuyos jefes ayudan a la departamentalización.

Por lo tanto, organizar las funciones es una práctica muy generalizada en el mundo empresarial. Según este criterio, el nombre y contenido de los diferentes departamentos o áreas, corresponden con las funciones principales o básicas de las empresas.

4.4.3.1. Reservas

Tomando en consideración el Manual de Buenas Prácticas para la Gestión del Área de Alojamiento: Reservas (Lima, 2008)¹⁹ esta recopilación de información indica de reserva; es el departamento que se encargará de gestionar las reservas de habitaciones del establecimiento, procurando la mayor ocupabilidad, pero teniendo en cuenta aspectos como las políticas de la empresa hotelera o sus reglas.

En esta área se realizarán las consultas acerca de la disponibilidad de habitación con las que cuenta el establecimiento, atendiendo las peticiones de los clientes a fin de que ellos puedan tener la información solicitada, además de los datos sobre los servicios que expende el hotel, todo esto conforme a las políticas del hotel.

¹⁹ MINCETUR, Manual de Buenas Prácticas para la Gestión del área de Alojamiento Reservas, Edit. Mincetur, Lima – Perú, 2008, Pgs 2-4

Las responsabilidades del personal en esta área deben ser; primero, mostrar una adecuada presentación personal que incluye llevar correctamente el uniforme de trabajo con la identificación en el lugar correspondiente y una apropiada higiene personal, la bienvenida a los clientes que puede darse directamente o vía el medio de comunicación por el que se realiza el primer contacto con el huésped teniendo en cuenta los procedimientos de atención al cliente, otra de sus responsabilidades y quizá la más importante es recibir y dar respuesta a las reservas de los clientes que llegan por diferentes medios de comunicación brindándoles toda información que resulte conveniente para que se efectúe la reserva, luego se tomarán los datos básicos personales del cliente para registrarlos en la data de la empresa, por último, se mantendrá la seguridad de la empresa procurando dar información requerida , pero guardando mesura en datos privados de la empresa.

Entre sus funciones básicas de reserva se encuentran las siguientes:

- Recoger datos necesarios del cliente, como información básica para efectuar la reserva.
- Recoger datos de la reserva.
- Analizará, motivo de reserva para que forme la base de datos de la empresa.
- Pedir un depósito como garantía o pago anticipado antes de su estadía para poder otorgarle una reserva.
- Cuando se trate del arribo de un grupo, este se gestiona con anticipación de manera tal que se bloquean las habitaciones correspondientes con fechas de estadía acordados.
- Realiza diariamente reportes de las reservas con observaciones si fuera el caso y con el tiempo de permanencia de cada reserva.
- Emplea medidas de seguridad al otorgar reservas.
- Las modificaciones en las reservas, se comprobaran a diario efectuando el reporte correspondiente.

4.4.3.2 Recepción

Para este departamento del hotel, se precisará primero el concepto de recepción en los diferentes ámbitos empresariales en donde se realiza esta función laboral, así en la página web de Wikipedia La Enciclopedia libre (2015)²⁰ comprende como recepcionista a la persona que desempeña de manera profesional sus actividades en un establecimiento, el que posee un sitio destinado y adecuado específicamente para esta tarea, denominado recepción; con el fin de brindar allí la asistencia o información que la demanda requiera, el responsable en esta área tendrá competencias en administración; para poder ejercer su puesto de acuerdo a las funciones y el entorno en el que se desenvuelve la empresa. En hotelería, se dice de recepción es “la tarjeta de presentación del hotel”, por ser el primer contacto cliente - empresa, la primera impresión que el cliente tomará del servicio que adquiere; por ello es parte fundamental en el proceso de la hotelería.

Según el Manual de Buenas Prácticas para la Gestión de Alojamiento: Recepción (Lima, 2008)²¹ este referente indica; el responsable en esta área dentro de sus principales tareas cumplirá; la recepción de los clientes en el momento de su arribo al establecimiento, es decir el “check in” recogiendo los datos básicos y pertinentes del huésped, además brindará información tanto de los servicios del hotel como información general y turística; llevará registro diario del estado de cuenta del cliente, será el encargado de realizar el “check out” o salida del huésped considerando para esto las reglas establecidas del hotel, realiza la función de control interno y externo en cuanto a la comunicación entre departamentos que forman parte del establecimiento de hospedaje.

Debido a que este departamento se considera por ser central de operaciones ya que mantiene la estrecha relación de contacto entre huéspedes - empresa, aquí se

²⁰ <https://es.wikipedia.org/wiki/Recepcionista>

²¹ MINCETUR, Manual de Buenas Prácticas para la gestión de Alojamiento: Recepción, Lima – Perú, 2008 Pgs 18-24.

desarrollara un sinnúmero de funciones, por lo cual será difícil nombrar todas; así identificaremos entre sus principales funciones las siguientes:

- Uso adecuado del uniforme y buena presentación personal, con la identificación respectiva, para dar brindar una recepción y bienvenida óptima.
- La tarjeta de registro se efectuará y debe ser completado correctamente, luego se procede con la entrega de llave, asignando una habitación.
- Realizará una revisión al “libro de ocurrencias” intercambiando información con el turno anterior sea de forma escrita o verbal, para estar al tanto de todas las situaciones.
- Dará solución a los problemas que puedan suscitarse en el desempeño de la labor.
- Verifica la disposición de las habitaciones, en reserva, para entregarlas en perfecto estado, previa coordinación con el departamento de housekeeping.
- De tratarse de una reserva, revisará el pre pago o garantía.
- Las modificaciones de habitación por requerimientos del huésped, serán coordinados previa autorización de jefe o superior.
- Informa a otras áreas del hotel, el check in o ingreso.
- Mantendrá el orden y limpieza del área, y dará manifiesto de la situación de otras áreas del hotel.
- Otorgará una línea o ficha de crédito al huésped, verificando todos los días la situación de su estado de cuenta.
- Al momento de check out, revisa la ficha del cliente para entregar la cuenta correspondiente, efectuando cálculos de consumo entre otros. Y se consultará al cliente si su estadía llegó a su fin.

- El minibar en caso existiera, se revisará para el control de consumos adicionales, coordinando con housekeeping.
- Comprueba si el cliente, no olvida pertenencias en la caja de seguridad.
- Emite el estado de cuenta, con un documento que sustente la prestación del servicio.
- Se hace cobro de los servicios ofrecidos, aceptando diferentes maneras de pago autorizadas por el hotel.
- Comprueba el cuadre de caja, lo reporta, para la entrega adecuada al turno siguiente.
- Completa el llenado de documentos referentes al “check out” o salida y realiza la conformidad del mismo.
- Recoge sugerencias por parte de los huéspedes, si fuera el caso.
- Despide a los huéspedes, teniendo en cuenta la atención al cliente.
- Recepciona llamadas para clientes, personal o jefes, para luego informarles o emitir reporte de estas; también realiza llamadas en caso sea necesario o se solicite por algún motivo o circunstancia.

4.3.3.3. Housekeeping

La lectura del documento en línea, blog tecno hotelería antes mencionado (Argentina, 2012)²² indica que la palabra Housekeeping o “manejo de la casa”, el responsable de este departamento es denominado housekeeper o ama de llaves, se encarga de la mantener la limpieza tanto en áreas públicas y habitaciones. Además, se ocupa de los detalles que sean necesarios para brindar un buen servicio al huésped y se sienta confortable, cómodo, grato, etc; es decir como en su casa. La correcta ejecución de sus funciones, es de suma importancia ya que será la percepción que el huésped tenga de todo el establecimiento, así la habitación debe encontrarse en perfecto estado de limpieza y orden representando el lugar donde permanecerá más tiempo en

²² <http://tecnohoteleria.blogspot.com/2012/09/housekeeping.html>

comparación con otros espacios del hotel; pero esto no significa que las demás no deben encontrarse con las mismas características, ya que cada parte del hotel representa la imagen de él y la opinión que generara en el cliente. Todo establecimiento que ofrece el servicio de hospedaje debe contar con el personal de esta área aún siendo pequeño o no se encuentre categorizado.

Las funciones que se desarrollan en el departamento de housekeeping engloban bastantes tareas, según el Manual de Buenas Prácticas para la Gestión del Área de Alojamiento: Housekeeping (Lima, 2008)²³ por lo que a continuación se mencionaran las principales, para hacer de conocimiento los esfuerzos que los colaboradores de esta área desempeñan; estas son:

- Organiza el trabajo que realizará, con los implementos de limpieza para comenzar su tarea, además toma los amenities y lencería necesarios, de acuerdo al tipo de habitación a limpiar.
- Realiza y revisa la limpieza y orden tanto en habitaciones como servicios higiénicos de acuerdo al orden establecido y según el estado de habitación (ocupado, salida, vacía limpia, fuera de servicio y asignada).
- Mantiene el cuarto de provisiones o stock en buen estado, repone insumos. lleva la lencería a lavandería.
- Provee debidamente el carrito con todos los implementos, equipo e insumos de limpieza necesarios, colocando el carrito en el pasillo durante la limpieza; y al término coloca el carrito en el cuarto de stock.
- Hace reporte de averías de las habitaciones al supervisor del área, para que sean atendidas o se solucionen con urgencia,
- Emplea medidas de seguridad y sanidad para realizar sus funciones.

²³ MINCETUR, Manual de Buenas Prácticas para la Gestión del Área de Alojamiento: Housekeeping, Lima – Perú, 2008 Pags 17-34

- Maneja adecuadamente las llaves para su ingreso a las habitaciones.
- Lleva la ropa que el huésped designo para lavandería, tomando nota del número de prendas en el formato correspondiente.
- Reporta los objetos olvidados o perdidos por los clientes en habitaciones o diferentes áreas del hotel.
- Da solución a pedidos o solicitudes que el huésped pueda requerir.
- Completa los formatos de consumos de insumos de limpieza, amenitíes, y uso de lencería de manera correcta, para luego entregarlo al supervisor del área.
- Realiza el lavado del carrito con el desempeña sus funciones.
- Lleva una correcta organización de la ropa del establecimiento, su cuidado, lavado planchado y doblado, así como el suministro y control.
- Elabora inventarios periódicos de la lencería, además hace pedido de insumos para abastecer el cuarto de stock
- Ejecuta la tarea de lavado, planchado y doblado de ropa del establecimiento así como la del huésped.
- Ordena y clasifica la ropa sucia de la limpia; así también la ropa del huésped para destinarla a su habitación, como la del hotel destinándola al lugar que corresponda.
- Verifica el correcto funcionamiento de las maquinas que se utilizan en el departamento
- Efectúa el informe de lavado y planchado con la información.
- Realiza la limpieza y orden de áreas públicas con los debidos insumos e implementos; utilizara para ello un kit de limpieza el que deberá abastecer para concluir su función.

4.5. GESTIÓN DE CALIDAD APLICADA AL TURISMO

4.5.1. Conceptualización

Poder definir o dar un concepto de calidad resulta complejo, ya que las ideas formuladas a lo largo de los tiempos junto con los diferentes autores y sus enfoques; han conseguido la amplia concepción y significado de “calidad”. Recopilando el trabajo de Marco Juliá y otros autores (España. 2002)²⁴ “Gestión de Calidad aplicada a Hostelería y Restauración” en su estudio toma la teoría de W. Edwards Deming; dice, mejorando los procesos se mejora la calidad, por el efecto que tendrá primero, en estandarizar el producto, seguidamente en reducir los errores y repetir la elaboración del producto, el desperdicio de tiempo, del esfuerzo de los colaboradores y las maquinas que utilizan. Asimismo, los beneficios serán; un menor coste y se originará un mejor clima laboral resultados que irá obteniendo la empresa, para su mejor ubicación competitiva en el sector. Deming considera que es responsabilidad principalmente de gerencia el mal funcionamiento de la calidad y que debe ser allí donde se genere el cambio.

La teoría de Joseph M. Juran manifiesta de calidad “preparado para el uso” es decir, los productos serán fabricados o preparados según las necesidades de los clientes y de acuerdo a cuan útil le sea; en caso falle se debe presentar siempre soluciones eficientes. Juran expresa también, su oposición a la teoría “cero defectos” argumentando que para ello se necesita costes de prevención que no compensaría evitar errores; y menciona la importancia de la dirección en ser líder en la creación del programa de calidad.

Otra teoría que recoge este estudio es la de Philip B. Crosby habla de la calidad como “de acuerdo con los requisitos” refiriéndose, si el producto o servicio se realizaba constantemente conforme a las especificaciones, este sería de calidad; obteniendo el “cero defectos” sin coste de calidad. Considerando que era indispensable el cambio en

²⁴ Juliá Marco y otros, Gestión de la calidad Aplicada a Hostelería y Restauración, España – Madrid, 2002, Pgs 7-17

mentalidad en gerencia o alto mando, para que sean ellos quienes transmitan esto a los colaboradores de las diferentes áreas.

Como se puede ver estos tres precursores tenían su propia postura en cuanto a calidad. A continuación, se dará ideas de la calidad aplicada al turismo con orientación a la hostelería; es necesario mencionar que este sector por ser de servicios presenta complicadas las funciones de medición y control, además que depende mucho de los recursos humanos y por tanto su percepción es subjetiva; pero ello no debe ser impedimento para la mejora de calidad en los procesos del servicio.

Igualmente cita que mientras más se profesionaliza el sector y la expansión de la empresa serán más las oportunidades de que surja un sistema de calidad en la empresa hotelera. Hace hincapié, mencionando que la expansión de las empresas como franquicias, dará soporte a la creación de sistemas de calidad; porque se estandarizarán los procesos, se llegará a la comprensión de las tareas por parte de los colaboradores y dirección, ya que un sistema de calidad representa una forma ordenada y organizada de manejar la calidad y mejora continua.

Para alcanzar la calidad en una empresa hotelera y porque no la excelencia, no solo hace falta la implementación de un sistema de calidad, esta debe estar combinado con los recursos humanos y a la vez con la comunicación interna; dejando de lado la antigua gestión dominante por parte de dirección o altos mandos, para adaptarse y tomar conocimiento que actualmente si se desea implantar un sistema de calidad este de comprender a los recursos humanos y la comunicación interna como parte de su gestión, y sin ella se daría el fracaso.

Finalmente, para este cometido es importante el compromiso de dirección desde que inicia la implantación del sistema de calidad, el apoyo durante el desarrollo de la herramienta y además permita la participación activa y el aporte de conocimientos de sus colaboradores; a fin de lograr un clima laboral favorable, en donde los colaboradores reconozcan su participación y las funciones para el mejor desempeño de

su trabajo; todo esto se reflejará al brindar el servicio y la percepción de los huéspedes será satisfactoria. Recalcar además que la calidad no se fundamenta en el lujo, caro o nuevo; sino más bien en cumplir con las expectativas de los huéspedes lo que busca atraer a más clientes y fidelizarlos con el servicio.

4.5.2. Evaluación sobre la calidad

En este punto, en la documentación del libro Gestión de Calidad Aplicada a Hostelería y Restauración (España, 2002)²⁵ expresa la importancia de evaluar los modelos o normas que ha tomado la empresa y con las que se rigen en gestión de la calidad.

Los diferentes modelos o normas de calidad, cuentan con formas de evaluación o autoevaluación que permitirán conocer el cumplimiento de la empresa en su gestión de calidad. Un grupo de trabajo determinado entre colaboradores internos y expertos externos serán quienes lleven a cabo la evaluación. Con la información que se obtenga y los resultados que esta evaluación arroje, se estudiarán por el comité de calidad y la dirección de la empresa para comenzar el plan de acción definiendo los pasos a seguir.

Con esta evaluación se darán conclusiones, que servirán para reconocer los puntos débiles y fuertes de la organización, asimismo se efectuarán la lista de objetivos y las actuaciones relevantes. Para así, empezar a elaborar el plan de acción del sistema de calidad y su desarrollo e implantación; teniendo presente las fases del proyecto el tiempo para ellas, los responsables y los puntos de control.

En esta parte, se ha definido las normas y los modelos con lo que trabaja la empresa y que son base del proyecto de calidad, terminando con la evaluación que permite saber cuál es el rumbo que se desea darle al proyecto y por último se efectuó un plan de acción, en la que se iniciará con las actividades correspondientes dejando a un lado todo lo innecesario.

²⁵ Juliá Marco y otros, Gestión de la calidad Aplicada a Hostelería y Restauración, España – Madrid, 2002, Pgs 29-30, 33-34

4.5.3. Sensibilización Interna y Externa

A este se considera otro paso en lo que respecta a la implantación de una gestión de calidad, afirmando que todo lo nuevo que se aplicará generará un cambio en la empresa hostelera, por ello se hará un llamado a los colaboradores para sensibilizarlos en el tema del proyecto, con la finalidad de brindarles la información que sea necesaria y que tengan conocimiento del proyecto que se realizará en la empresa, para lo que introducirán los siguientes puntos:

- Iniciación a la calidad
- Conocimiento del sistema de calidad seleccionado
- Objetivos de la gestión de calidad
- Conseguir el compromiso de todos

Esta acción formativa, no debe exceder las 8 horas, considerando que se brinda con motivos de dar conceptos o nociones a los colaboradores de lo que se quiere realizar, se presenta el proyecto y generación de compromiso, participación y motivación del personal.

Realizado esto, surgirán las contraposiciones o las personas a favor del proyecto, recomiendan a ser un estudio de la situación para poder analizarla; antes se debe dar un plazo para la adaptación al cambio, y así también se irán suscitando los primeros hechos favorables o avances, que servirán para que las posturas negativas al proyecto tengan otra visión de este. No se debe olvidar, informar el cambio externamente a los clientes y proveedores y lo que se ambiciona lograr, tomando alguna vía de comunicación; esto incentivará el compromiso total, siendo soporte y apoyo. Caso contrario se corre riesgos de no cumplirse debidamente y de acuerdo al proyecto.

La importancia de la elección del proveedor radica en que debe entender que no solo se escogió sus productos por ser el que oferta el mejor precio, sino también por su

compromiso y apoyo al proyecto de la empresa con la calidad, por lo cual se puede tomar las experiencias en gestión de calidad que ejecuta el proveedor si se diera la situación. Por último, el cliente de igual manera puede intervenir en el proyecto a través del apoyo en encuestas, focus group, otros instrumentos de recojo de información, referente a la experiencia en el servicio que recibió.

4.5.4. Los costes y su concepto incluido en la calidad

En el mismo trabajo de Marco Juliá (España, 2002)²⁶ dice, para poder entender a que se refieren los costes de la calidad, se debe tener claro que se dan para evitar la no calidad. Para el concepto de los costes en la calidad este se divide en dos:

Los costes de prevención; son las actividades que se realizan para evitar se dé la mala calidad, en productos o servicios cualquiera fuera el caso. Se consideran los más efectivos de todos los costes de calidad con respecto a gasto que suponen; estos incluyen lo siguiente:

- Planificar y gestionar un sistema de calidad; con trabajos o actividades en los que se muestre la creación de manuales y registros y su establecimiento.
- Equipo de calidad; serán los actores de llevar a cabo el trabajo manifestado anteriormente.
- Formación; para quiénes están designados a cumplir con el trabajo de control y mejora del sistema de calidad, se consideran necesarias para enseñar y formar.
- Mantenimiento preventivo; la maquinaria e instalaciones para así reducir los incidentes que se puedan suscitar por averías.
- Análisis de fallos; esta se refieren al tiempo y coste de material.

²⁶ Juliá Marco y otros, Gestión de la calidad Aplicada a Hostelería y Restauración, España – Madrid, 2002, Pgs 159-169

- Asegurar el cumplimiento; que debe darse por los proveedores, con las especificaciones y procesos establecidos.
- Análisis de mercado; se realiza un estudio para conocer lo que espera el cliente y conocer las prioridades del mercado, tratando de saber qué es lo que entienden por calidad.

Este tipo de costes es un trabajo que se manifiesta con el fin de prevenir y por ello se puede lograr mejoras; pero también se debe reconocer que son difíciles de darse, porque se refiere a anticiparse a un problema que aún no ha ocurrido, lo que requiere de mayor planificación y pensamiento estratégico.

Los costes de evaluación; son las acciones que consisten en la inspección, ensayo, homologación, calibración y/o auditoría, se da con el propósito de conocer, verificar y confirmar si el producto elaborado es acorde y cumple los estándares establecidos. Existen así los costes de auditoría, estos pueden ser internos o externos, los primeros realizados por la propia empresa y los segundos por organismos independientes en las empresas que poseen un sistema de calidad como es el caso de la ISO 9001/2000. Estos costes incluyen:

- Investigación del nivel de satisfacción de los clientes; con estas se busca conocer la opinión del cliente después de haber hecho uso del servicio o producto, siendo más importantes para la empresa aquellas que valora más el cliente, así mejorarlas primero.

Ahora, si una empresa no aplicara un sistema de control, sus costes de calidad serían igual a cero, pero en todo proceso siempre se presentan errores por ello nunca existirá costes totales de calidad igual a cero; para lo cual la empresa deberá controlarlos por un plazo determinado y así poder fijar los costes de la no calidad. Luego la empresa podrá definir los costes de prevención y evaluación para implantarlos de la manera mas rentable de tal forma que no se invierta más por prevenir y evaluar que por costes provocados por el error.

Además; en este estudio indica que cada empresa según su rubro o de acuerdo a los productos o servicios que ofrece, deberían tener sus costes de calidad definidos lo que significaría simplificar la gestión del sistema de control de costes de calidad.

Para costes de calidad producidos internamente, se considerarán los siguientes aspectos:

- Salarios y seguridad social de los trabajadores implicados por la parte proporcional del tiempo empleado
- Material de oficina
- Amortización del espacio, mobiliario e instalaciones
- Proporción de gastos generales
- Desplazamientos, etc

Mientras que los costes de calidad producidos por empresas externas se estimará a la factura emitida por la empresa externa, con costes incluidos en ella.

Mencionado antes, los costes de prevención son las acciones que realizará la empresa para evitar se den errores, como en toda acción existirá un equilibrio y la moderación de costes, así la manera más eficaz y barata es estandarizar los procesos lo que provocará una reducción en los costes de calidad. Se puede tener en cuenta:

- Calcular la inversión en prevención realizada y determinar desde que punto ya no resulta rentable mantenerla
- Precisar al máximo las acciones
- Formación al personal a cargo
- Motivación al personal para localizar errores y se de la comunicación oportuna
- Enfocarse en las áreas donde resulte más costoso o que son débiles ante el error.

Respecto, a los costes de evaluación se puede decir que se dan durante el proceso establecido, serán los más importantes después de darse el coste por el fallo. Cuando ya se utiliza un sistema de calidad este tipo de coste aparecerá antes de que se presente el error; su finalidad es la de detectar los errores y reducirlos. Para ello, se tomarán las siguientes medidas:

- Uso de herramientas de medida
- Utilización herramientas que ayuden a evaluar los controles cuantitativos y cualitativos objetivos, y también la información subjetiva
- Periodicidad y prioridad de las inspecciones y ensayos
- La mejora en el proceso a través de la evaluación, que trae consigo la reducción de coste de error, provocará que cueste mas seguir mejorando por lo que se debe hacer un análisis para obtener el mismo resultado pero con número de inspecciones.
- Actualización de maquinaria y/o métodos de medida utilizados

La combinación de los costes de la no calidad y los costes de la calidad se conocerá como coste total de calidad, que se refiere al conglomerado de procesos mediante los cuales se elaborarán productos al menor coste, cumpliendo con satisfacer a los clientes y protegiendo los intereses de sus empleados. Y si no se producen errores en el proceso, esto quiere decir que se han prevenido o evaluado a través de la inversión; por eso es importante tener en cuenta si los costes totales de calidad están definidos y controlados a fin de que no se produzca el error.

4.5.5. Gestión por procesos

Para determinar la gestión por procesos se debe tomar en cuenta las siguientes características del proceso, según Marco Juliá Gestión de la calidad Aplicada a Hostelería y Restauración (España, 2002)²⁷:

²⁷ Juliá Marco y otros, Gestión de la calidad Aplicada a Hostelería y Restauración, España – Madrid, 2002, Pgs 195-197

- Definición del proceso: es una breve información, en donde se responderá a la pregunta ¿Cuál es la misión de ser de la empresa? Para que, porque y para quienes.
- Delimitación del proceso: aquí se incluirán factores como el tiempo, la actividad y las circunstancias, determinándose el punto de inicio y fin del proceso.
- Representación Gráfica: a través de imagen, para que de manera clara se vea por la etapa que pasa el proceso, un diagrama de flujo por ejemplo.
- Indicadores: servirán para la medición para obtener datos fijos.
- Responsable: una persona designada que lleve con eficiencia y eficacia el proceso.

La persona encargada de llevar la responsabilidad del proceso debe contar con un perfil determinado, esta persona puede ser un jefe de departamento. Se debe tener cuidado, para esta labor, para así contar con un sistema de gestión por procesos sólidos con funcionamiento asegurado. Dejar de lado los procesos por departamentos para así convertirse en una organización enfocada en la gestión por procesos. El responsable deberá asumir:

- Confirmará la correcta realización y control del proceso
- La formación a los participantes en el proceso para lograr un buen desempeño.
- Posee una visión global de otros procesos de la empresa para la correspondencia con el proceso que ejecuta.
- Cuenta con documentos objetivos de registro y medidas de control.
- Mantiene al día los documentos relacionados al proceso y los distribuye de la manera adecuada a quien corresponda.
- Los resultados cuantitativos y cualitativos son controlados y evalúa la mejora que hubo.
- Contará con los medios necesarios para garantizar el desarrollo del proceso.

En cuanto, a la misión del proceso se refiere a una corta reseña donde se haga presentación de la finalidad de la misma, así una misión responderá a lo siguiente: Qué (la denominación y en que se basa el proceso), para qué (el fin y lo que obtendrá) y para quien (cliente que lo recibirá).

Una forma relevante y sencilla de gestionar los procesos es gráficamente como se dan los procesos en una organización, puede resultar complejo en primera instancia, pero actualmente existen programas de tratamiento de textos en el mercado, por ellos, diseñar un diagrama se ha convertido en algo más simple y alcanzable para las empresas.

Estas sirven para mostrar en resumen el esquema y contenido del proceso, sigue una secuencia lógica contando con entradas y salidas y los pasos que deberá pasar. Estos tienen una causa: Mostrar el gráfico del proceso, servirá para educar a los colaboradores y como guía en el desarrollo de su trabajo, determinará los indicadores en la prolongación del proceso, permite el control de estadísticas y costes la eficiencia y eficacia del proceso, serviría para observar comparaciones del proceso actual con el esperado o ideal. Los diagramas podrían ser de flujo, de bloque y de despliegue.

4.5.6. Medición de la calidad

En el siguiente estudio del Manual de las Buenas Prácticas de Gestión de Servicios para establecimientos de hospedaje (Lima, 2012)²⁸ dice de medición de la calidad es imprescindible para corroborar si los estándares establecidos se están efectuando mediante las buenas prácticas indicadas, y si no es el caso rectificar las fallas por las cuáles no se aplican debidamente.

Por tal motivo, se verá necesario comprometer a todo el establecimiento de hospedaje se sometan a una evaluación interna conocida también como auditoría interna, en la

²⁸ MINCETUR, Manual de Buenas Prácticas para la gestión de Alojamiento: Recepción, Lima – Perú, 2008, Pg 46

que se identifiquen las áreas que deben ser reparadas, esta acción facilitará el proceso. Se recomienda que se realice en forma trimestral.

De igual modo; en este manual, considera que la mejor manera de medir la calidad es a través de los clientes, practicándole a estos una encuesta en temas de satisfacción del cliente, así se entenderá cuan satisfecho se encuentra el huésped y de otra forma se corregirá los fallos que se den en la prestación del servicio.

4.5.7. Cambio y competitividad

El libro Empresas y organizaciones turísticas (España, 2012)²⁹ estudio de Cristóbal Casanueva y María Ángeles indica que la mayor causa por la que se da el cambio y el crecimiento en una empresa es para alcanzar la competitividad, y con esta se mide el nivel de éxito de una empresa. Además, en el entorno de una empresa giran tres fenómenos: la globalización, un grado de incertidumbre y la importancia de la competitividad marcando el éxito e incluso para la continuación de la empresa en el mercado. La importancia de que una empresa sea competitiva radica en que estas son capaces de acomodarse a entornos globalizados y donde el terreno es inseguro, por esa razón surge también el interés de los gobiernos en la competitividad en sus políticas turísticas.

Una de la finalidades por las que ocurre la competitividad; es la de representar una ventaja competitiva frente a rivales o adversarios de otras empresas y su trascendencia va más allá del valor económico que pueda representar para una empresa, sino, además que esta ocasione la limitación en el crecimiento y desarrollo de una organización. Por ello, la competencia también se ha visto en aspectos fuera del campo empresarial, generándose la iniciativa en los diferentes ámbitos en la sociedad por mostrar; a pesar de la competencia parece abárcalo todo, también se ha originado la cooperación y alianzas que significarían probablemente la creación de relaciones económicas a medio

²⁹ Casanueva Cristóbal y María Ángeles, Empresas y Organizaciones turísticas, 2ª Edic, Ediciones Pirámide Madrid – España, 2012, Pgs 185-186

o largo plazo, siendo razón por la cual es importante tanto para empresas turísticas y gobernantes del sector.

Para definir el grado de competitividad que tendrá una empresa turística, se estimarán tres factores: El primero el factor macroeconómico que se verá afectado por el tipo de cambio, las políticas, el tipo de interés, el entorno medioambiental o infraestructuras (es decir, elementos externos a la empresa). El segundo factor sectorial: en los que los resultados, se obtendrán de acuerdo al sector donde se desarrolle la empresa, esto quiere decir si en una empresa elabora productos o servicios semejantes a los que oferta otra empresa, su entrada al mercado resulta fácil, lo ofrecido se pueda sustituir por otros subsectores y los clientes y/o proveedores tengan poder de negociación sobre la organización, se considerara como empresa con bajo rendimiento respecto a las otras. Y el último; tercer factor el intraempresarial, aquí se toma en cuenta aspectos propios de la misma que podrá manejar la empresa para incrementar su competitividad como los recursos humanos, materiales, acceso a información, etc y las decisiones o accionar de cada empresa definirá las diferencias competitivas de cada organización de un mismo sector y contexto territorial.

Sabiendo entonces de la existencia de estos tres factores, lo complejo viene a ser, conocer a cuál de estos tres factores se debe dar mayor relevancia; los estudios afirman que al tercero, porque son las determinantes internas propias de la empresa; es aquí donde se da la estrategia empresarial. La estrategia supone el aseguramiento de la ventaja competitiva que colocando a la empresa en un sitio beneficioso con respecto a la competencia y que se prolongue la ventaja en el tiempo.

5. OBJETIVOS

5.1. OBJETIVO GENERAL

Identificar las características del Proceso Principal que se da en el Servicio Turístico de Hospedaje reconocidos por el SABP – CULTUR en Arequipa, para poder explicar la relación con los Beneficios que se logran como parte de la Calidad en el sector.

5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Establecer las características que se dan en el servicio turístico de algunos hospedajes que han implementado el SABP en la ciudad de Arequipa.
- b) Conocer la opinión del personal sobre su capacitación y los beneficios para mejorar sus competencias laborales y logro de una mejora en el desempeño.
- c) Comparar la atención brindada por el servicio con la opinión expresada por los huéspedes.

6. HIPÓTESIS

Dado que la ciudad de Arequipa, por su ubicación estratégica y geográfica, se le ha considerado como el lugar apropiado para desarrollar diversos eventos profesionales y empresariales; que nuevamente ha sido sede para realizar la Convención Minera internacional, y de la misma forma, se ha anunciado para el próximo año el evento importante de APEC (Foro de Cooperación económica Asia – Pacífico); siendo fundamental atender a los participantes con el servicio de hospedaje en un nivel satisfactorio.

ES PROBABLE, que el proceso de formación con buenas practicas no logre aún las características de calidad necesarias, para que esa transformación progresiva si permita alcanzar algunos beneficios para la gestión de algunos hospedajes y que igualmente sea una motivación para la superación personal de sus trabajadores y comprometer la continuidad en el proceso para alcanzar el Sello de Calidad en Turismo.





CAPÍTULO II

PLANTEAMIENTO

OPERACIONAL

1. TÉCNICAS

1.1. Observación: Procedimiento para recoger datos necesarios en el estudio:

- a) Observación documental: Será utilizada para consultar diversas fuentes bibliográficas, cuya información, comprensión e importancia; permiten una mejor determinación del problema y la estructuración del marco teórico.
- b) Observación de campo: Para situarnos frente a particularidades del proceso que deben ser identificados y descritos objetivamente.

1.2 Encuesta: Procedimiento de acción indirecta para conseguir datos de las unidades de estudio, cuya cantidad es numerosa en su condición de sujetos informantes.

2. INSTRUMENTOS

2.1 Fichas Documentales: en la modalidad de resúmenes y citas textuales

2.1 Fichas Técnicas de campo: estructuradas con una diversidad de ítems a verificar mediante la observación directa de la evidencia o característica

2.3. Cuestionario: que es diseñado con una estructura de preguntas cerradas y abiertas, cuya aplicación se efectuará al personal directivo del hotel (gerente o administrador). De la misma forma otro cuestionario como instrumento y en algunos casos con alternativas múltiples; su aplicación tiene como destino la población de trabajadores o personal de los diversos hospedajes considerados como universo. Igualmente un cuestionario diferente y vinculante con el problema (Buenas Prácticas) para ser resuelto por los usuarios (huéspedes) para tener una opinión del servicio percibido o recibido.

3. CAMPO DE VERIFICACIÓN

3.1 Ámbito: Teniendo como referencia el criterio geográfico y administrativo, podemos señalar que los Establecimientos de Hospedaje materia del estudio se ubican en el Distrito de Cercado (8 hoteles y 3 hostales).

N°	NOMBRE COMERCIAL	DIRECCION	DISTRITO
1	LOS TAMBOS	Calle Puente Bolognesi N° 129	Cercado
2	LLUVIA DE ORO	Calle Jerusalén N° 308	Cercado
3	VILLA ELISA BOUTIQUE	Calle Manuel Ugarteche N° 401	Cercado
4	CASONA TERRACE	Calle Álvarez Thomas N° 211	Cercado
5	DREAMS HOTEL BOUTIQUE	Calle Luna Pizarro n° 103 Urb. Vallecito	Cercado
6	MAISON DU SOLEIL	Pasaje Violín N° 102	Cercado
7	SAN AGUSTIN POSADA DEL MONASTERIO	Calle Santa Catalina N° 300	Cercado
8	EL CORREGIDOR	Calle San Pedro N° 139	Cercado
9	LA CASA DE MI ABUELA	Calle Jerusalén N° 606	Cercado
10	LA CASONA DE JERUSALEN	Calle Jerusalén N° 306 - a segundo piso	Cercado
11	MEFLO	Calle Bolívar N° 201	Cercado

Fuente: MINCETUR- CULTUR, Directorio 2013 de Empresas Comprometidas con la mejora de la Calidad en Turismo

4. POBLACIÓN

4.1 Unidades de Estudio:

- a) Para efectuar la observación de características o atributos, relacionado con la primera variable, los indicadores y subindicadores respectivos, se tiene ocho hoteles (8)* y tres hostales (3) trabajo que se efectuará aplicando la “Ficha Técnica de Campo” estructurada con diversos ítems a verificar.
- b) En la necesidad de cumplir con la aplicación del “Cuestionario”, dirigido a los trabajadores de los ocho hoteles y tres hostales, el universo está constituido por un total de 122 empleados que desempeñan diversas funciones y en cuadro resumen se especifica su distribución.
- c) Al haberse considerado importante efectuar una “Encuesta estructurada con preguntas cerradas y abiertas”, a los Directivos responsables de la gestión administrativa (gerente y/o administrador); para este aspecto el universo se confirma con once personas (11).
- d) La importancia de poder contrastar resultados, nos hace considerar a los huéspedes como un criterio inclusivo del estudio, por ello la referencia a considerar como válida es tener en cuenta la máxima ocupabilidad de cada establecimiento, para luego al globalizar con su procedimiento de sumatoria se obtiene, el universo globalizado; para enseguida extraer una muestra representativa. La fórmula práctica considerada pertinente, nos permite señalar que la mencionada ocupabilidad sería para indicar una población o universo de 415 camas – huéspedes disponibles; dato que es mucho más confiable, para obtener datos correctos; por lo tanto la muestra representativa y no estratificada es de Doscientos cuatro (204) huéspedes.

Nº	NOMBRE COMERCIAL	CAPACIDAD HOTELERA 2015
1	LOS TAMBOS	32
2	LLUVIA DE ORO	15
3	VILLA ELISA BOUTIQUE	23
4	CASONA TERRACE	54
5	DREAMS HOTEL BOUTIQUE	34
6	MAISON DU SOLEIL	35
7	SAN AGUSTIN POSADA DEL MONASTERIO	70
8	EL CORREGIDOR	55
9	LA CASA DE MI ABUELA	50
10	LA CASONA DE JERUSALEN	17
11	MEFLO	30
TOTAL		415

Fuente y elaboración realizado por la autora

$$n = \frac{N \times 400}{N + 399} = n = \frac{415 \times 400}{415 + 399} = \frac{166.000}{814} = 203.93 = 204$$

Fórmula:

n = Muestra

N = Universo o Población (Compatibilidad)

Constante = 400 y 399, que permiten tener el 95% de confiabilidad y 5% máximo de error.

Denominación	Unidades de Estudio	Técnica – Instrumentos
Universo	11 administradores/gerentes	Encuesta – cuestionario
Universo	122 empleados	Encuesta – cuestionario
Universo	11 hoteles	Ficha Técnica Estructurada
Muestra	204 huéspedes	Encuesta – Cuestionario

*El número de hoteles y el respectivo nombre tiene correspondencia con la información que se obtiene de consultar la Relación Nominal que figura en la página web del MINCETUR para Arequipa – 2014.

5. ESTRATEGIA Y RECOLECCIÓN DE DATOS

- a) Previa y adecuada coordinación, con los Hoteles y su personal directivo como gerentes o administradores para:
 - Señalar fecha probable de la Encuesta al personal directivo
 - Los días y horarios apropiados para la verificación de las áreas de servicio, como también aplicar la Encuesta a los trabajadores, considerando pertinente elaborar un calendario de referencia.
- b) Solicitar permiso en los hoteles para conseguir la resolución del Cuestionario, que está dirigido a los usuarios del servicio (huéspedes)
- c) Repetir la validación de los instrumentos antes de su aplicación definitiva.
- d) Formar un equipo de apoyo con dos personas, buscando de preferencia estudiantes de la especialidad de turismo y considerar una preparación básica de entrenamiento.
- e) Consultar sobre los Programas de Excel y SPSS para la posterior sistematización de los datos e información cuantitativa.



CAPITULO III

RESULTADOS



1. RESULTADOS DE LA PRIMERA VARIABLE



1.1 REGISTRO DE HOSPEDAJES



**FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS SOCIALES Y
HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERIA**

FICHA TECNICA DE REGISTRO

1. DATOS EMPRESARIALES

1.1 Razón Social	JMB Inversiones S.A.C.
1.2 Nombre Comercial	Los Tambos Hostel
1.3 Registro Único de contribuyente	Ruc:20454630875

2. UBICACIÓN Y REFERENCIAS

2.1. Dirección	Calle Puente Bolognesi N° 129
2.2. Distrito	Cercado
2.3. Provincia	Arequipa
2.4. Región	Arequipa
2.5. Teléfono	054 - 600900
2.6. Email	reservas@lostambos.com.pe
2.7. N° de Habitaciones	16
2.8. N° de Camas	32

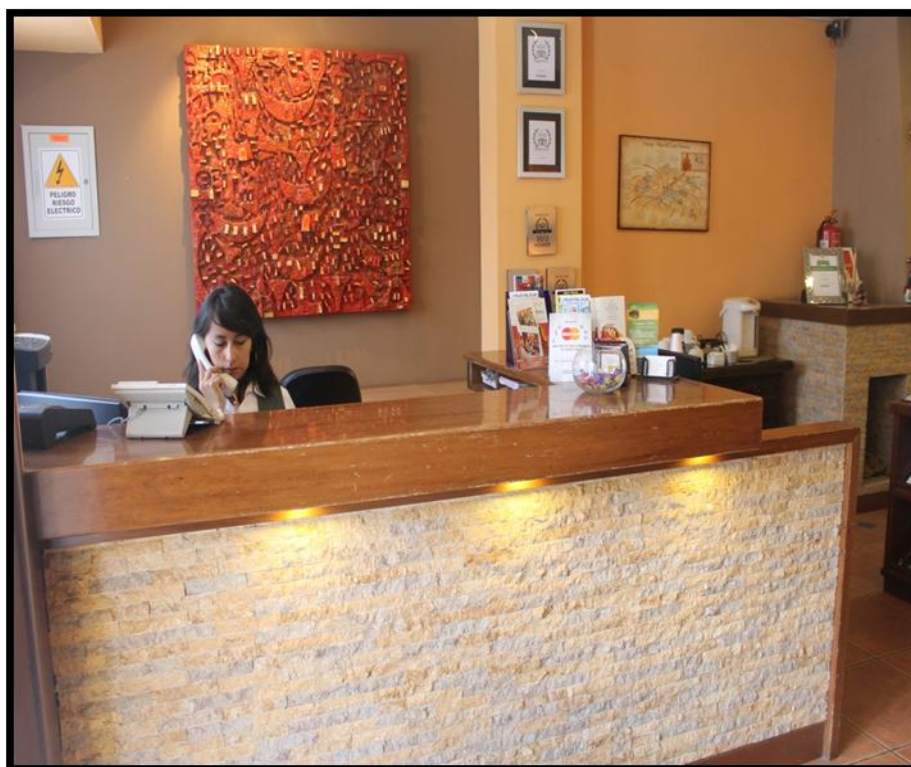
3. CATEGORIZACIÓN

3.1 CLASE	Hostal	3.2 CATEGORIA	3
-----------	--------	---------------	---

4. IMAGEN GRÁFICA



Frontis del Hostal “Los Tambos”



Área de Recepción



Áreas públicas y comunes



**FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS SOCIALES Y
HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA**

FICHA TECNICA DE REGISTRO

1. DATOS EMPRESARIALES

1.1 Razón Social	Magnolia Yeimy Bedoya Begazo
1.2 Nombre Comercial	Lluvia de Oro
1.3 Registro Único de contribuyente	10415248771

2. UBICACIÓN Y REFERENCIAS

2.1. Dirección	Calle Jerusalén 308
2.2. Distrito	Cercado
2.3. Provincia	Arequipa
2.4. Región	Arequipa
2.5. Teléfono	054 – 214252
2.6. Email	lluviadeoro@outlook.com
2.7. N° de Habitaciones	9
2.8. N° de Camas	15

3. CATEGORIZACIÓN

3.1 CLASE	Hostal	3.2 CATEGORIA	No categorizado
-----------	--------	---------------	-----------------

4. IMAGEN GRÁFICA



Frontis del Hostal “Lluvia de Oro”



Área de Recepción



Área públicas y comunes



**FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS SOCIALES Y
HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERIA**

FICHA TECNICA DE REGISTRO

1. DATOS EMPRESARIALES

1.1 Razón Social	Inversiones Oasis S.A.C.
1.2 Nombre Comercial	Hotel Boutique Villa Elisa
1.3 Registro Único de contribuyente	20454788151

2. UBICACIÓN Y REFERENCIAS

2.1. Dirección	Manuel Ugarteche N° 401
2.2. Distrito	Cercado
2.3. Provincia	Arequipa
2.4. Región	Arequipa
2.5. Teléfono	221891
2.6. Email	ana-maria@villaelisahb.com
2.7. N° de Habitaciones	20
2.8. N° de Camas	23

3. CATEGORIZACIÓN

3.1 CLASE	Hotel	3.2 CATEGORIA	3
-----------	-------	---------------	---

4. IMAGEN GRÁFICA



Frontis del Hotel “Villa Elisa Boutique”



Área de Recepción



Area públicas y comunes



**FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS SOCIALES Y
HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERIA**

FICHA TECNICA DE REGISTRO

1. DATOS EMPRESARIALES

1.1 Razón Social	Inversiones Servicios Turisticos Aragon E.I.R.L.
1.2 Nombre Comercial	Casona Terrace
1.3 Registro Único de contribuyente	20455787042

2. UBICACIÓN Y REFERENCIAS

2.1. Dirección	Calle Alvarfez Thomas 211
2.2. Distrito	Cercado
2.3. Provincia	Arequipa
2.4. Región	Arequipa
2.5. Teléfono	054 – 212318
2.6. Email	reservas@hotelcasonaterrace.com
2.7. N° de Habitaciones	34
2.8. N° de Camas	54

3. CATEGORIZACIÓN

3.1 CLASE	Hotel	3.2 CATEGORIA	3
-----------	-------	---------------	---

4. IMAGEN GRÁFICA



Frontis del Hotel “Casona Terrace”



Área de Recepción



Áreas públicas y comunes



**FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS SOCIALES Y
HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERIA**

FICHA TECNICA DE REGISTRO

1. DATOS EMPRESARIALES

1.1 Razón Social	Mística Servicios Turísticos E.I.R.L.
1.2 Nombre Comercial	Dreams Hotel & Lounge Boutique
1.3 Registro Único de contribuyente	20447927021

2. UBICACIÓN Y REFERENCIAS

2.1. Dirección	Luna Pizarro 103
2.2. Distrito	Vallecito – Cercado
2.3. Provincia	Arequipa
2.4. Región	Arequipa
2.5. Teléfono	054 – 222800
2.6. Email	reservas@dreamshotelboutique.com
2.7. N° de Habitaciones	24
2.8. N° de Camas	34

3. CATEGORIZACIÓN

3.1 CLASE	Hotel	3.2 CATEGORIA	3
-----------	-------	---------------	---

4. IMAGEN GRÁFICA



Frontis del Hotel “Dreams Hotel Boutique”



Área de Recepción



Áreas públicas y comunes



**FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS SOCIALES Y
HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERIA**

FICHA TECNICA DE REGISTRO

1. DATOS EMPRESARIALES

1.1 Razón Social	Maison Du Soleil s.r.l.
1.2 Nombre Comercial	Maison Du Soleil
1.3 Registro Único de contribuyente	20447927021

2. UBICACIÓN Y REFERENCIAS

2.1. Dirección	Pasaje. Violín 102
2.2. Distrito	Cercado - San Lázaro
2.3. Provincia	Arequipa
2.4. Región	Arequipa
2.5. Teléfono	054 – 212277
2.6. Email	reservas@maisondusoleil.com.pe
2.7. N° de Habitaciones	20
2.8. N° de Camas	35

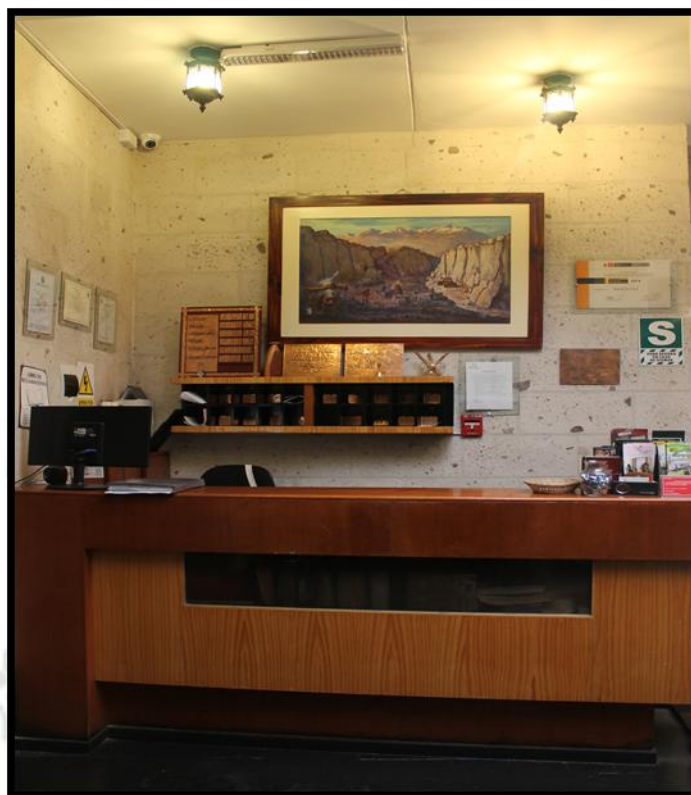
3. CATEGORIZACIÓN

3.1 CLASE	Hotel	3.2 CATEGORIA	3
-----------	-------	---------------	---

4. IMAGEN GRÁFICA



Frontis del Hotel “Maison du Soleil”



Área de Recepción



Áreas públicas y comunes



**FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS SOCIALES Y
HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERIA**

FICHA TECNICA DE REGISTRO

1. DATOS EMPRESARIALES

1.1 Razón Social	San Agustín Arequipa S.A.C.
1.2 Nombre Comercial	San Agustín Posada del Monasterio
1.3 Registro Único de contribuyente	20537197910

2. UBICACIÓN Y REFERENCIAS

2.1. Dirección	Calle Santa Catalina 300
2.2. Distrito	Cercado
2.3. Provincia	Arequipa
2.4. Región	Arequipa
2.5. Teléfono	054 – 206565
2.6. Email	monasterio@hotelessanagustin.com.pe
2.7. N° de Habitaciones	47
2.8. N° de Camas	70

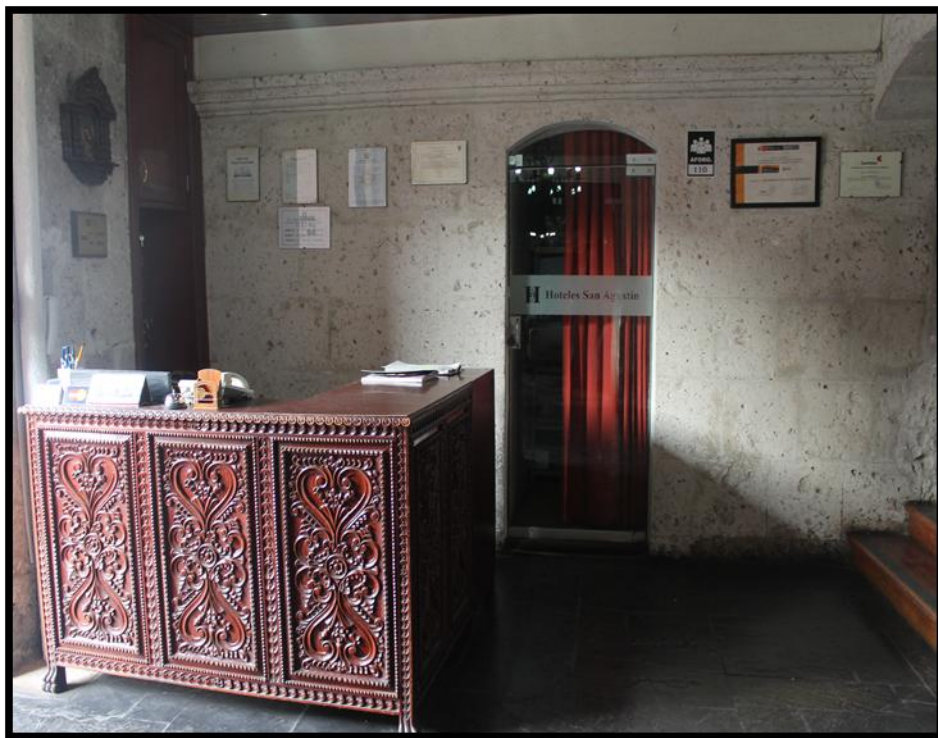
3. CATEGORIZACIÓN

3.1 CLASE	Hotel	3.2 CATEGORIA	3
-----------	-------	---------------	---

4. IMAGEN GRÁFICA



Frontis del Hotel “San Agustín Posada del Monasterio”



Área de Recepción



Áreas públicas y comunes



**FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS SOCIALES Y
HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERIA**

FICHA TECNICA DE REGISTRO

1. DATOS EMPRESARIALES

1.1 Razón Social	Emansano S.R.L.
1.2 Nombre Comercial	Corregidor
1.3 Registro Único de contribuyente	20311815262

2. UBICACIÓN Y REFERENCIAS

2.1. Dirección	San Pedro N° 129
2.2. Distrito	Cercado
2.3. Provincia	Arequipa
2.4. Región	Arequipa
2.5. Teléfono	054 – 288051
2.6. Email	reservas@corregidorh.pe
2.7. N° de Habitaciones	38
2.8. N° de Camas	55

3. CATEGORIZACIÓN

3.1 CLASE	Hotel	3.2 CATEGORIA	2
-----------	-------	---------------	---

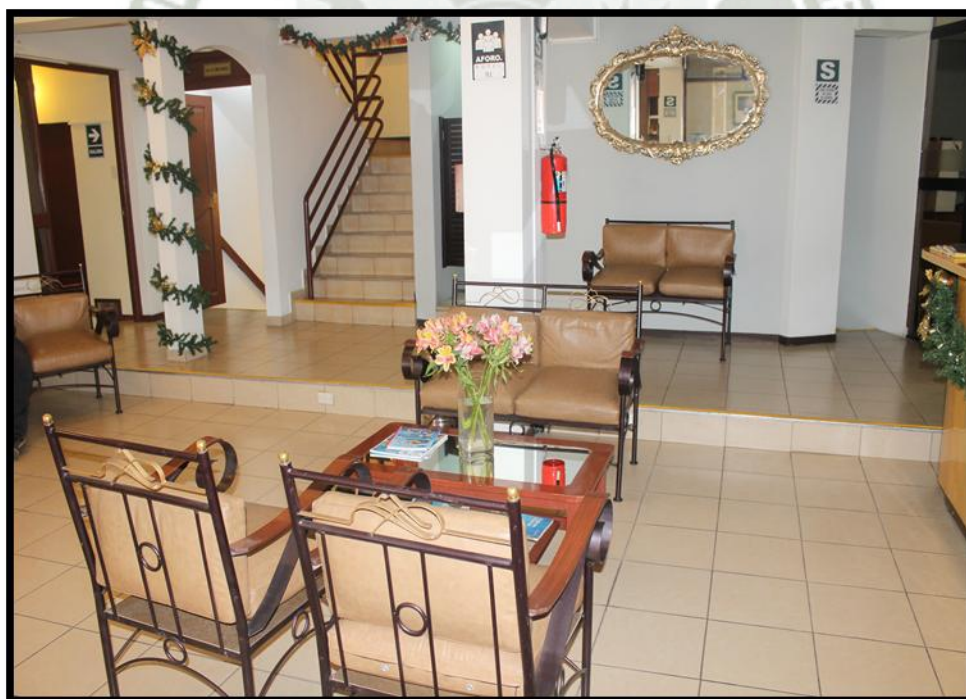
4. IMAGEN GRÁFICA



Frontis del Hotel “Corregidor”



Área de Recepción



Áreas públicas y comunes



**FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS SOCIALES Y
HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERIA**

FICHA TECNICA DE REGISTRO

1. DATOS EMPRESARIALES

1.1 Razón Social	Tour Hostel sac
1.2 Nombre Comercial	La Casa de mi Abuela
1.3 Registro Único de contribuyente	20134782103

2. UBICACIÓN Y REFERENCIAS

2.1. Dirección	Calle Jerusalén 606
2.2. Distrito	Cercado
2.3. Provincia	Arequipa
2.4. Región	Arequipa
2.5. Teléfono	054 – 241206
2.6. Email	reservas@lacasademiabuela.com
2.7. N° de Habitaciones	50
2.8. N° de Camas	50

3. CATEGORIZACIÓN

3.1 CLASE	Hotel	3.2 CATEGORIA	No categorizado
-----------	-------	---------------	-----------------

4. IMAGEN GRÁFICA



Frontis del Hotel “La casa de mi Abuela”



Área de Recepción



Áreas públicas o comunes



**FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS SOCIALES Y
HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERIA**

FICHA TECNICA DE REGISTRO

1. DATOS EMPRESARIALES

1.1 Razón Social	Eduardo Enrique Santander Valdivia
1.2 Nombre Comercial	La casona de Jerusalem
1.3 Registro Único de contribuyente	10415264360

2. UBICACIÓN Y REFERENCIAS

2.1. Dirección	Calle Jerusalén 306 A
2.2. Distrito	Cercado
2.3. Provincia	Arequipa
2.4. Región	Arequipa
2.5. Teléfono	054 – 215453
2.6. Email	lacasonadejerusalen@hotmail.com
2.7. N° de Habitaciones	9
2.8. N° de Camas	17

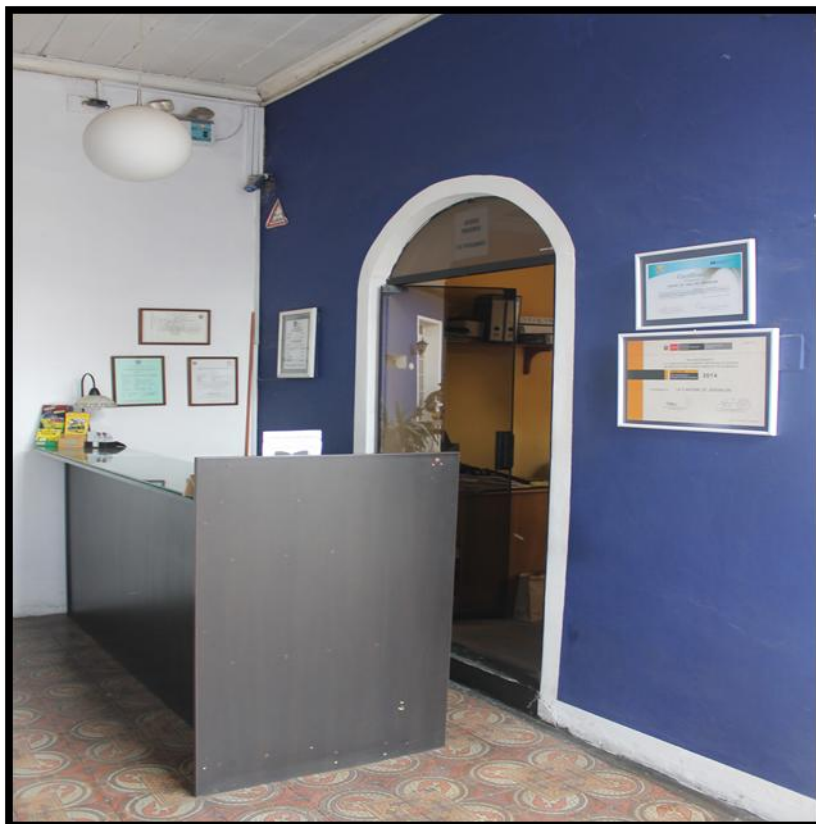
3. CATEGORIZACIÓN

3.1 CLASE	Hostal	3.2 CATEGORIA	No categorizado
-----------	--------	---------------	-----------------

4. IMAGEN GRÁFICA



Frontis del Hostal “La Casona de Jerusalem”



Área de Recepción



Áreas públicas y comunes



**FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS SOCIALES Y
HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERIA**

FICHA TECNICA DE REGISTRO

1. DATOS EMPRESARIALES

1.1 Razón Social	Meflo S.A.C.
1.2 Nombre Comercial	Meflo
1.3 Registro Único de contribuyente	20506579067

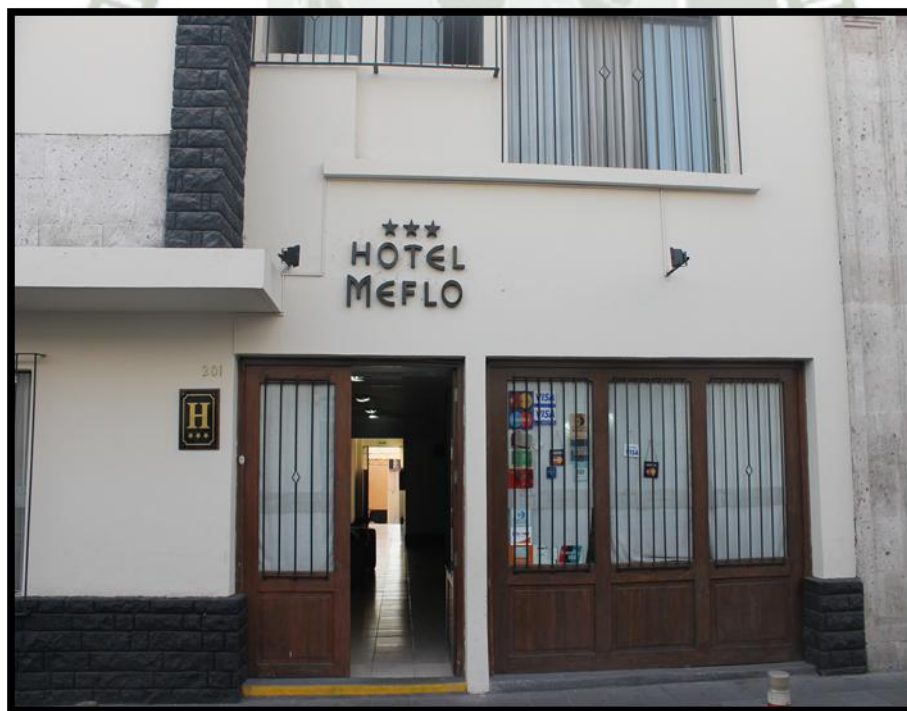
2. UBICACIÓN Y REFERENCIAS

2.1. Dirección	Calle Bolivar 201
2.2. Distrito	Cercado
2.3. Provincia	Arequipa
2.4. Región	Arequipa
2.5. Teléfono	054 – 231337
2.6. Email	reservas@hotelesmeflo.com
2.7. N° de Habitaciones	25
2.8. N° de Camas	30

3. CATEGORIZACIÓN

3.1 CLASE	Hotel	3.2 CATEGORIA	3
-----------	-------	---------------	---

4. IMAGEN GRÁFICA



Frontis del Hotel “Meflo”



Área de Recepción



Áreas públicas y comunes



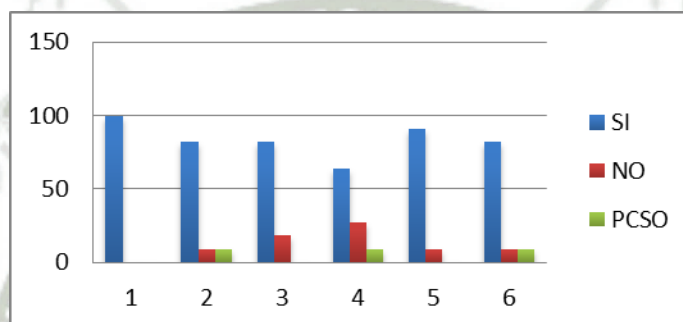
1.2 VERIFICACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS

1.2.1 DEPARTAMENTO DE RESERVAS Y RECEPCIÓN:

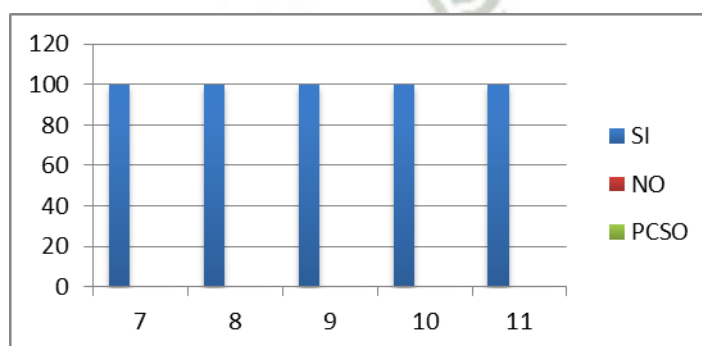
TABLA N° 1: SOBRE INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO

REFERENCIAS	1		2		3		4		5		6	
	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%
SI	11	100	9	81.8	9	81.8	7	63.6	10	90.9	9	81.8
NO	0	0	1	9.1	2	18.2	3	27.3	1	9.1	1	9.1
PCSO	0	0	1	9.1	0	0	1	9.1	0	0	1	9.1
Total	11	100	11	100	11	100	11	100	11	100	11	100

GRÁFICO N° 1



7		8		9		10		11	
FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%
11	100	11	100	11	100	11	100	11	100
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11	100	11	100	11	100	11	100	11	100



Interpretación:

1. El estudio en los establecimientos de hospedajes Acreditados y que han sido objeto de recibir las **“Certificación de Buenas Practicas”** por el MINCETUR se determinó mediante una **“Ficha Técnica de Campo”**, el verificar que sub-indicadores se encontraban presentes en el proceso de dichos hoteles y hostales, pero en algunos se comprobó el proceso de aplicación y finalmente en muy pocos hospedajes aún no se implementaba.
2. La primera evaluación efectuada y que estuvo orientada a verificar la situación actual de la **“Infraestructura y Equipamiento”**, en el departamento de **“Reservas y Recepción”** nos permite señalar que el 54.54% ó Seis (6) sub-indicadores, se han implementado adecuadamente en solo Siete (7) hospedajes, representando con ello plena responsabilidad de lo que representa en sus respectivas empresas de servicios, proporcionar a los visitantes turistas o huéspedes, la comodidad y garantía de un buen servicio mediante:
 - a) Tener un ambiente exclusivo para la recepción.
 - b) Además ubicar físicamente un estante donde el usuario pueda hallar información complementaria, a través de folletos y sobre atractivos u otras prestadores de servicios como movilidad o gastronomía.
 - c) Igualmente es interesante comprobar que el personal o colaboradores están debidamente capacitados para atender con alguna información necesaria.
 - d) Algo que igualmente no debe faltar y con esto están equipados los hospedajes es el botiquín de primeros auxilios al igual que con extintores para situaciones de emergencia.
 - e) En la situación actual en que se desenvuelve el mundo o realidad del turismo, entendiendo como un aspecto positivo, encontramos que esos Siete establecimientos tienen un lugar visible el Libro de Reclamaciones.

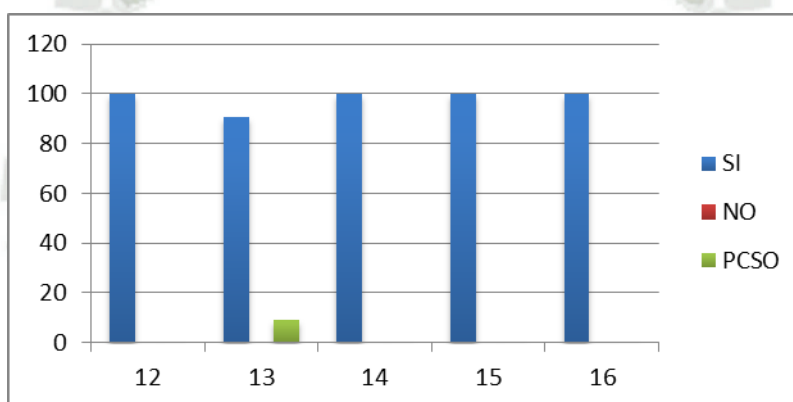
3. De los once hospedajes, se puede verificar que “Dos” de los mismos aún están en el proceso de implementar y mejorar lo que necesariamente resulta importante para un hotel u hostel, es decir que el espacio de **Recepción** sea suficiente de manera que se pueda interactuar con los huéspedes; es preocupante que en esos mismos negocios o empresas, tampoco tengan una correcta presentación de las tarifas y precios, tanto en soles como en dólares. Mucha más desconfianza en la calidad de la prestación es la molestia para acceder al uso del teléfono por parte del cliente.
4. Es parte en la constatación, el poder señalar que “Tres” hospedajes aún no han implementado lo relacionado al ambiente para la custodia del equipaje, y lo relacionado a exhibir los horarios de ingreso y salida, sobretodo especificando el periodo que comprende el día hotelero.
5. En resumen es posible explicar que la intencionalidad del organismo oficial de gobierno (MINCETUR), ha conseguido motivar que las Medianas y Pequeñas Empresas dedicadas al servicio de hospedaje, han iniciado lo que representan el proceso del SABP – CALTUR, para la ciudad de Arequipa donde en el corto tiempo se están desarrollando eventos que necesitan ser atendidos con el mejor servicio y que por ello puedan retornar al nuevo destino turístico.

1.2.2 GESTIÓN DEL SERVICIO EN DEPARTAMENTOS Y ÁREAS

TABLA N° 2: SOBRE ÁREA DE RESERVAS

REFERENCIAS	12		13		14		15		16	
	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%
SI	11	100	10	90.9	11	100	11	100	11	100
NO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PCSO	0	0	1	9.1	0	0	0	0	0	0
Total	11	100	11	100	11	100	11	100	11	100

GRÁFICO N° 2



Interpretación:

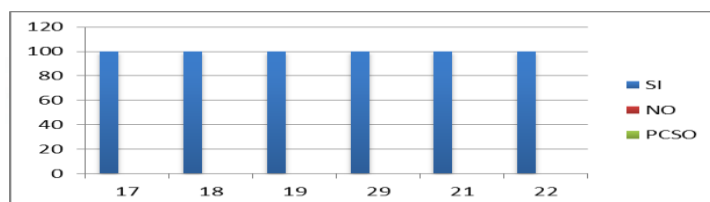
1. La verificación en cada hospedaje acreditado y para el caso en lo que respecta a como se efectúa la **Gestión de servicio en los Departamentos** donde la participación del personal que ha sido capacitado, debe tener el mejor desempeño, hemos encontrado en lo que corresponde al **Departamento de Reservas** lo siguiente:
 - a) En cada hospedaje se tiene un folder del cliente y con información personal que resulta valiosa para su atención.
 - b) El personal como parte de su función, está preparando para recepcionar las reservas solicitadas en las fechas que el usuario requiere, a través del apoyo de un cuadro de registro actualizado permanentemente.

- c) El cliente siempre está atento a una respuesta inmediata y en ese sentido el personal cumple en forma correcta la confirmación o cambio de la reserva que es comunicada en su debido momento.
 - d) Para los casos en que el cliente desee modificar su reserva la información es proporcionada de acuerdo con la disponibilidad correcta.
2. En resumen se puede señalar que el 80% es atendido de la manera que el SABP a capacitado al personal de cada empresa. Sin embargo aún todavía se halla en proceso de hacerlo con formas impresas, entendiendo que algunos lo efectúan mediante programas de consulta digital y a través del internet.

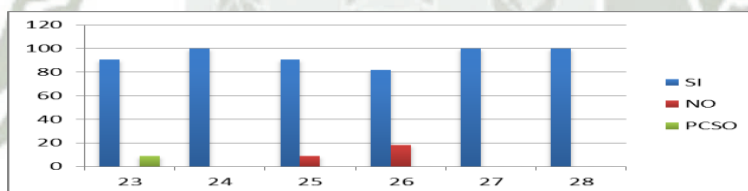


TABLA N° 3: SOBRE ÁREA DE RECEPCIÓN

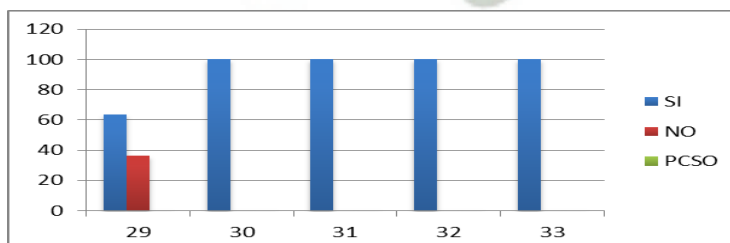
REFERENCIAS	17		18		19		20		21		22	
	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%
SI	11	100	11	100	11	100	11	100	11	100	11	100
NO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PCSO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	11	100	11	100	11	100	11	100	11	100	11	100

GRÁFICO N° 3


23		24		25		26		27		28	
FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%
10	90.9	11	100	10	90.9	9	81.8	11	100	11	100
0	0	0	0	1	9.1	2	18.2	0	0	0	0
1	9.1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11	100	11	100	11	100	11	100	11	100	11	100



29		30		31		32		33	
FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%
7	63.6	11	100	11	100	11	100	11	100
4	36.4	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11	100	11	100	11	100	11	100	11	100



Interpretación:

1. Los establecimientos que siguieron las Buenas Prácticas y alcanzaron el reconocimiento SABP, fueron sometidos a una conveniente verificación, de la misma manera a través de las **Fichas de Campo** en los sub- indicadores correspondientes al Área de Recepción; encontrando entre las referencias una representación superior para la opción en la que “Si” se aplicaron Buenas Prácticas, y con menor valor para aquellos sub –indicadores con alternativa “No” y un mínimo valor para hoteles en “Proceso”.
2. Los resultados para esta área arrojan que un 76.47%, es decir en Trece de los sub - indicadores que corresponden a Recepción revelan, que se ejercen y emplean las Buenas Prácticas y sus conceptos en las Once organizaciones hoteleras, permitiéndoles brindar un servicio de calidad y competente que pueda satisfacer al huésped. Así, se presentan las siguientes:
 - a) La atención al teléfono se da las 24 horas, respondiendo con prontitud sin permitir se exceda de los tres timbres e iniciando la conversación con el saludo, siguiendo con la identificación del hotel y de su persona, para luego brindar la información requerida; tomando nota de los detalles de todas las llamadas.
 - b) El recepcionista dispone de los datos referentes a las formas de pago como cuentas, además de información de servicios externos al hotel o cuenta con los medios para solicitarla a entidades turísticas.
 - c) Al momento de entrada del huésped, en recepción se le transmite los horarios e indicaciones respecto a los servicios dentro del hotel, como también se le brinda datos respecto a todo lo que le interese, aclarando cualquier información.
 - d) La salida del huésped comprende el pago total de la prestación del servicio, entregando un comprobante claro o detallado que certifique la cancelación, el recepcionista puede prever este documento agilizando el check out;

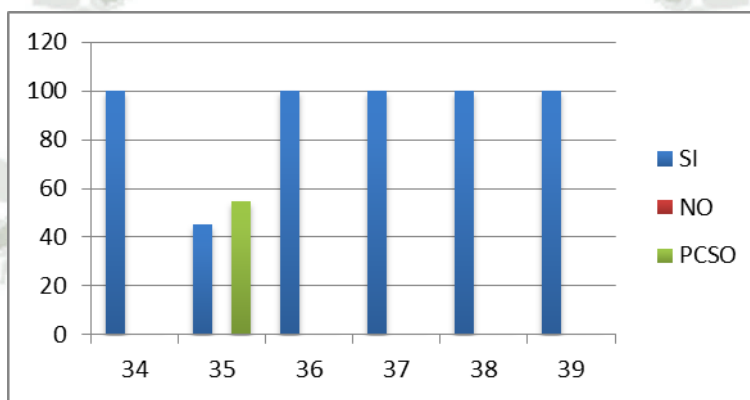
finalmente la despedida cordial. Y se procede a cambiar el estado de la habitación a Libre.

3. Asimismo se comprobó que el 17.64% que corresponde a Tres de los sub-indicadores, un porcentaje de los Once hoteles no aplican las Buenas Prácticas impartidas por el MINCETUR estas son:
4. Deficiencias respecto, al responsable en transferir al huésped con su equipaje, tarea que debe ser realizada por el personal calificado y que pueda dar instrucciones sobre el manejo del mobiliario y funcionamiento de las instalaciones que posee la habitación, este es un factor importante, teniendo en cuenta que el pasajero llega cansado por su viaje; por ello para esta obligación se debe delegar al personal adecuado que sea capaz de ayudar al huésped en estos aspectos mencionados.
5. Otro punto a mencionar, que no se aplican aún es el relacionado a la opinión de huésped sobre el servicio a través de notas de sugerencia, que den las facilidades para conocer los comentarios del usuario. Este se debe promover antes de su retiro; ya que nos permitirá conocer las debilidades y fortalezas de la empresa, para así brindar un mejor servicio.
6. Un 5.88% se vincula a los sub-indicadores, en que Uno de los Once hoteles se encuentra aún en Proceso, según la verificación se constató que este sería el punto referente al registro del huésped, solicitando sus datos personales para el correspondiente llenado de control interno de pasajeros. Teniendo en cuenta que este es un aspecto relevante ya que permitirá manejar los datos del huésped para cualquier proceso que sea necesario y además brinda seguridad y confianza para la empresa, por ello se debe implementar en el corto plazo y la organización es quien debe tomar las medidas correctivas para que se aplique debidamente ese indicador.

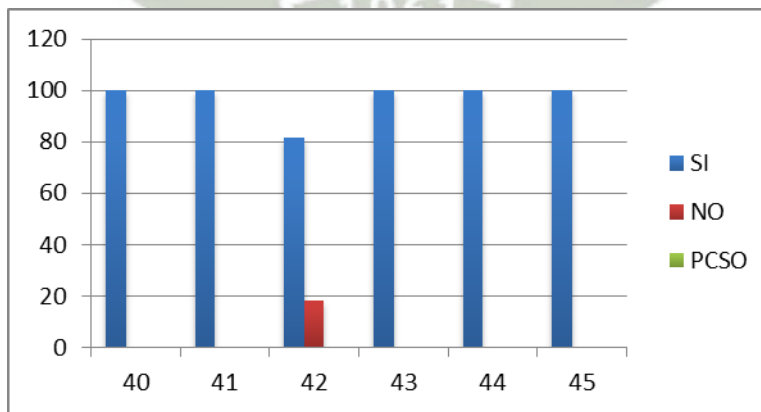
**TABLA N° 4: SOBRE EL ÁREA DE HOUSEKEEPING
(ÁREAS PÚBLICAS Y COMUNES)**

REFERENCIAS	34		35		36		37		38		39	
	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%
SI	11	100	5	45.5	11	100	11	100	11	100	11	100
NO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PCSO	0	0	6	54.5	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	11	100	11	100	11	100	11	100	11	100	11	100

GRÁFICO N° 4



40		41		42		43		44		45	
FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%
11	100	11	100	9	81.8	11	100	11	100	11	100
0	0	0	0	2	18.2	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11	100	11	100	11	100	11	100	11	100	11	100



Interpretación:

1. En El departamento de Housekeeping se ha verificado la implementación del SABP (Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas) mediante la observación y constatación de doce (12) sub-indicadores, que se relacionan con las “Áreas Públicas y Comunes” ; el resultado de dicha comprobación nos permite señalar que el grupo de establecimientos, únicamente han implementado diez (10) aspectos de las Buenas Prácticas, representando ello el 83.34%; otro aspecto aún se halla en el proceso de aplicación y otro como poner a disposición de los huéspedes revistas o periódicos del día no se cumple , ambas actividades representan el 16.66% como situaciones no favorables.

2. Entre los aspectos positivos para las Áreas Públicas y Comunes, encontramos como muestra del cumplimiento e implementación lo siguiente:

- a) La señalización en sectores visibles como la fachada, mostrando pulcritud.
- b) El adecuado acceso peatonal y facilidades para personas con discapacidad, asimismo brindarles las mismas consideraciones para el parqueo.
- c) Áreas externas bien iluminada que favorezcan la ágil localización del hotel.
- d) El mobiliario adecuado que va en armonía con la decoración y que permite el reposo del huésped. Asimismo mantenga equilibrio en temperaturas.
- e) El acceso como gradas para dirigirse a otros niveles del hospedaje evidencian protección y limpieza.

3. Las deficiencias y no cumplimiento adecuado se da en Seis (6) de los hoteles porque aún está en “Proceso” lo relacionado a las facilidades para el acceso peatonal y que incluye un acceso para personas con discapacidad, lo cual es urgente corregir para que los huéspedes con limitaciones no tengan incomodidad e igualmente los demás viajeros desarrollen con normalidad su actividad dentro del hotel.

4, Por último el espacio que corresponde al lobby, la mayoría de hoteles deben ofrecer suplementos de lectura como revistas, folletos y periódicos; pero dos de los hoteles que son

parte de la investigación no han implementado todavía; elementos tan sencillos, sabiendo que mediante este aspecto se marca la diferencia; el huésped los utiliza de distracción en momentos de espera o para informarse de lo que sucede en el lugar visitado.



TABLA N° 5: ÁREAS ESPECÍFICAS DE BAÑO, ALMACÉN, LAVANDERÍA, ROPERÍA

REFERENCIAS	46		47		48		49		50		51	
	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%
SI	11	100	1	9.1	7	63.6	11	100	11	100	9	81.8
NO	0	0	3	27.3	1	9.1	0	0	0	0	0	18.2
PCSO	0	0	7	63.6	3	27.3	0	0	0	0	2	0
Total	11	100	11	100	11	100	11	100	11	100	11	100

GRÁFICO N° 5



52		53		54		55		56		57	
FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%
11	100	2	18.2	10	90.9	9	81.8	11	100	10	90.9
0	0	5	45.5	1	9.1	0	0	0	0	0	0
0	0	4	36.4	0	0	2	18.2	0	0	1	9.1
11	100	11	100	11	100	11	100	11	100	11	100



58		59		60		61		62		63	
FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%
7	63.6	11	100	11	100	11	100	11	100	11	100
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4	36.4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11	100	11	100	11	100	11	100	11	100	11	100



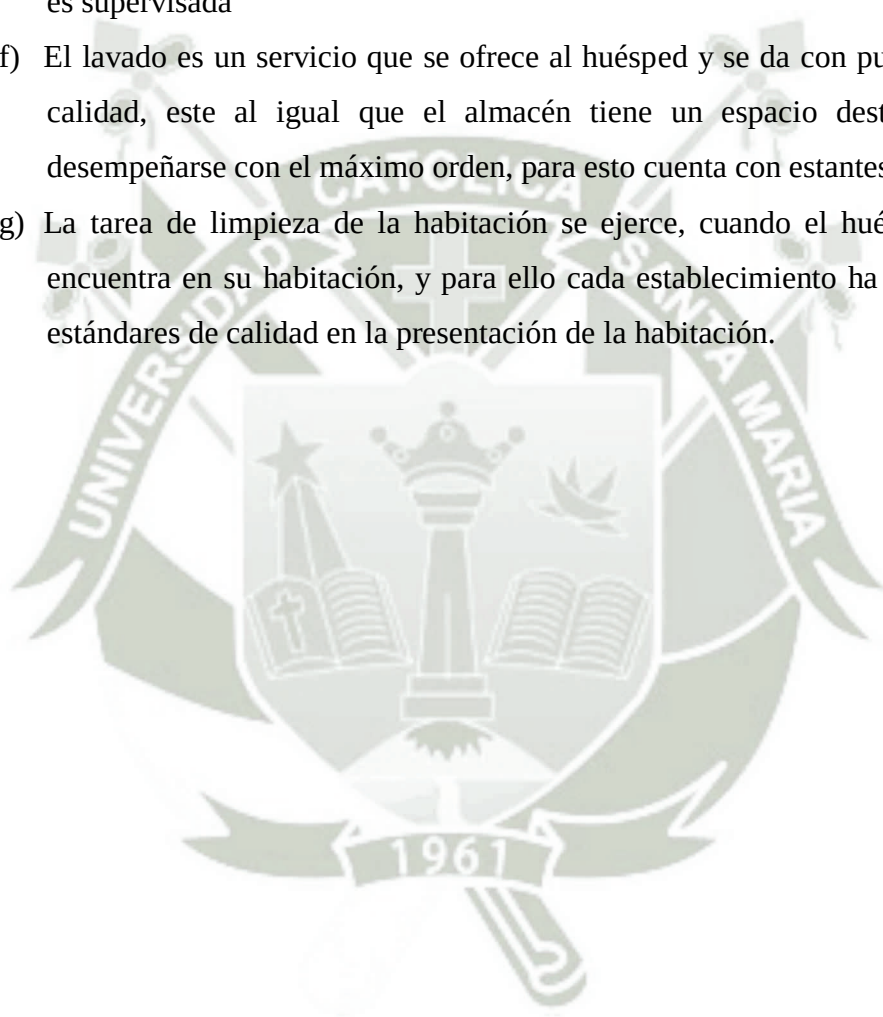
64		65		66		67		68		69	
FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%
11	100	10	90.9	8	72.7	10	90.1	11	100	11	100
0	0	0	0	2	18.2	1	9.1	0	0	0	0
0	0	1	9.1	1	9.1	0	0	0	0	0	0
11	100	11	100	11	100	11	100	11	100	11	100



Interpretación:

1. En las empresas turísticas que brindan el servicio de hospedaje y que tienen una visión de que el turismo es un eje de desarrollo; saben también que la capacitación que en esta ocasión se ha brindado mediante el SABP, las compromete y sensibiliza para su implementación en los respectivos hoteles u hostales. Representa por lo tanto una información importante el constatar a través de la visita e información; que en lo concerniente al espacio que corresponde a las habitaciones, baños, almacén, lavandería y ropería, como igualmente las funciones que estos lugares se cumplen, se tiene como información previa que, para el estudio se han aplicado con el apoyo de la “Ficha Técnica” un total de 24 sub-indicadores observables, que representan el 100% en esta Área; de los cuales se puede precisar que:
 - a) Únicamente trece (13) se aplicaron satisfactoriamente representando el 54.16%.
 - b) Otro dato del estudio corresponde indicar que seis (6) sub-indicadores, no fueron implementados por cinco de los hospedajes; siendo un aspecto preocupante por tratarse inevitablemente de la colocación de mirillas o cartillas en las puertas: para indicar que no se “debe molestar” o también para solicitar el “servicio de limpieza”.
 - c) De la misma forma no tiene explicación que habiéndose capacitado con el SABP; siete (7) que representa el 63.6%; no cuentan con habitaciones cuyo servicio higiénico para discapacitados no ha sido considerado o implementado.
2. Una situación que se valora es encontrar el 54.16% señalado anteriormente; porque de manera responsable y exitosa, permite a los usuarios encontrar una buena gestión mediante la adecuada aplicación de varios aspectos como ejemplo de Buenas Prácticas:

- a) El buen estado de los servicios higiénicos públicos.
- b) Las habitaciones otorgan la seguridad debida.
- c) El mobiliario como camas presenta condiciones que brindan comodidad y resistencia.
- d) Presenta un ambiente de calidez, a través de la iluminación que proyecta.
- e) Respecto al almacén, existe el área destinada donde se encuentran todos los implementos necesarios para llevar a cabo la función de limpieza, esta área es supervisada
- f) El lavado es un servicio que se ofrece al huésped y se da con puntualidad y calidad, este al igual que el almacén tiene un espacio destinado para desempeñarse con el máximo orden, para esto cuenta con estantes.
- g) La tarea de limpieza de la habitación se ejerce, cuando el huésped no se encuentra en su habitación, y para ello cada establecimiento ha establecido estándares de calidad en la presentación de la habitación.





2. RESULTADOS DE LA SEGUNDA VARIABLE

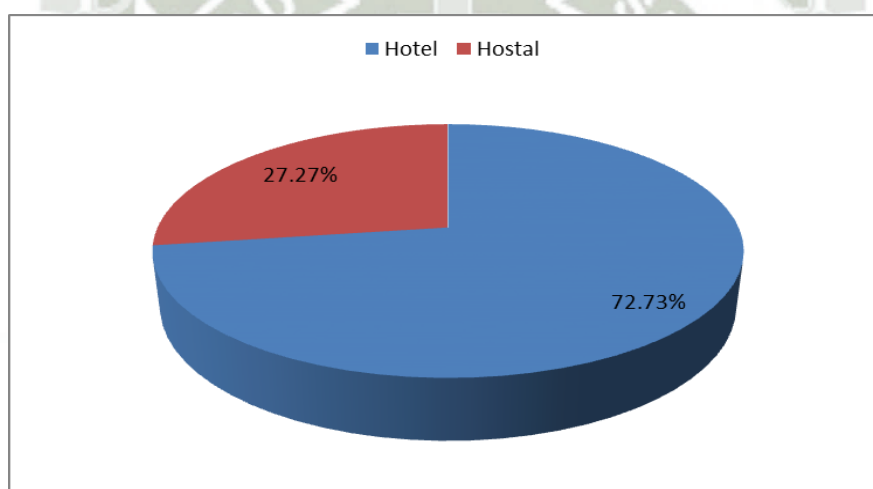


2.1. *ENCUESTA A DIRECTIVOS*

TABLA N° 6: RESPECTO A TIPO

TIPO \ FRECUENCIAS	FR	%
Hotel	8	72.73
Hostal	3	27.27
Total	11	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 6

Interpretación:

1. La investigación realizada nos permitió realizar una encuesta para conocer el tipo de empresa hotelera a la que pertenecen los 11 establecimientos que son base de estudio. Teniendo en cuenta que las empresas solo ostentan título de Hotel y Hostal.
2. Se aprecia que la mayoría de empresas son de tipo “Hotel” con un 72.73% esto representa a 8 hoteles. Y la minoría tipo “Hostal” un 27.27% representado por 3

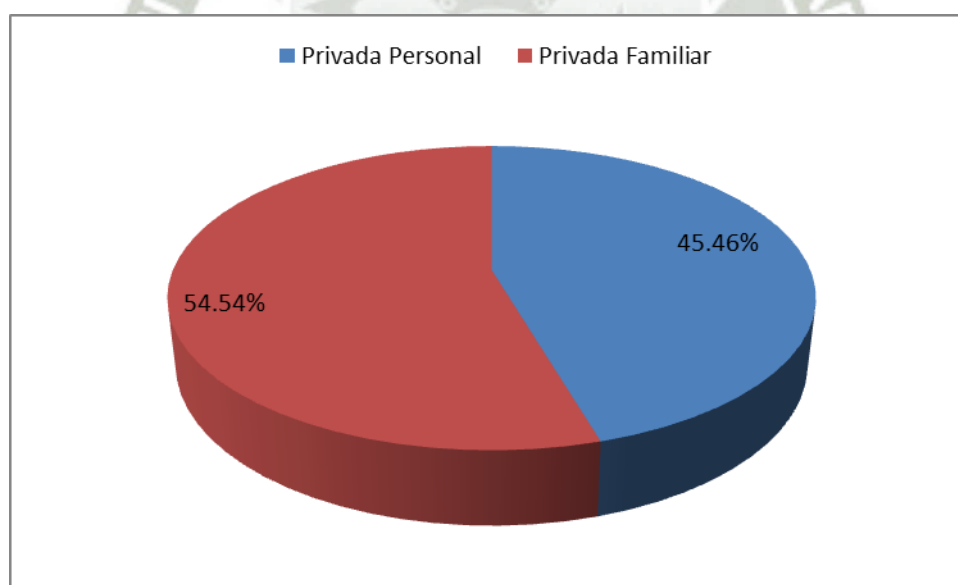
hostales. Concluye manifestando que saber el tipo de empresa ayudara en la posterior evaluación del estudio.

TABLA N° 7: RESPECTO A TIPO EMPRESA

FRECUENCIAS EMPRESA	FR	%
Privada Personal	5	45.46
Privada Familiar	6	54.54
Total	11	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 7



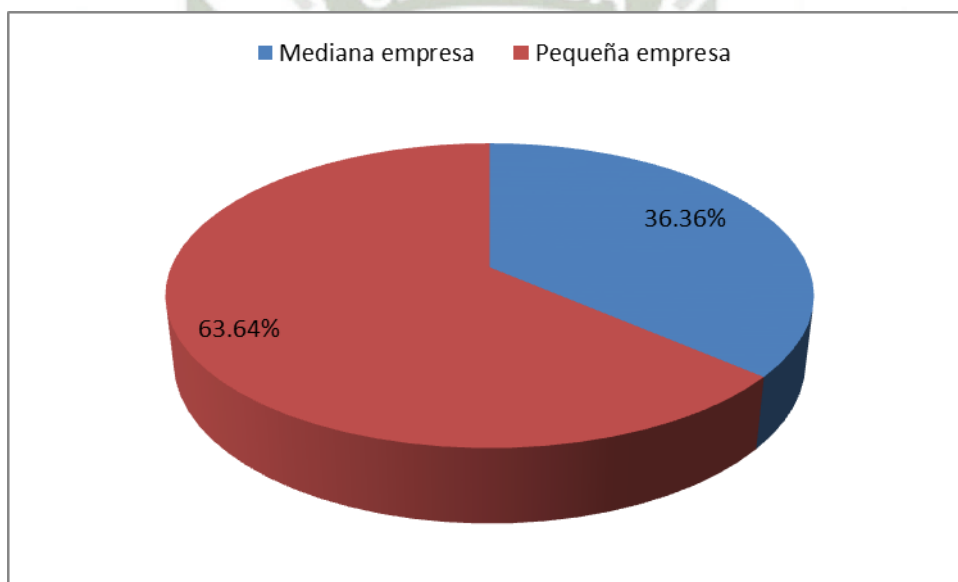
Interpretación:

1. Es importante diferenciar la estructura de la empresa, porque representa la idea y esfuerzo que se plasman luego en el modelo de gestión. En el propósito de identificar su origen encontramos que de los once (11) establecimientos de hospedaje acreditados el 54.54% (6) tienen un origen familiar; quedando evidenciado con ello que las actividades humanas no se realizan por tan solo una persona, sino que resulta muy claro que se debe suponer el esfuerzo común de un grupo para conseguir y lograr los objetivos empresariales, representa el esfuerzo colectivo mediante el asumir bajo la denominación de “Empresa Privada Familiar” el éxito empresarial en un campo dinámico de la economía como constituye el turismo.
2. El espíritu empresarial también tiene como estructura de origen el conformarse bajo el tipo de “Empresa Privada Personal”, y en ese caso es la unidad de producción, donde el sujeto llamado empresario y sus decisiones, constituye lo que puede llamarse unidad económica de decisión, así encontramos que el 45.46% (5 hospedajes) responden a esa estructura que puede significar el riesgo de factores físicos y humanos comprometidos. Es el empresario el componente humano que da vida a las acciones empresariales.

TABLA N° 8: SOBRE FORMA DE EMPRESA

FRECUENCIAS FORMA	FR	%
Mediana empresa	4	36.36
Pequeña empresa	7	63.64
Total	11	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 8

Interpretación:

- Podríamos señalar que de manera muy relativa prevalecen en el Universo de hospedajes acreditados, que el 63.64% son las Empresas Turísticas familiares, como unidades económicas que se definen Micro y Pequeñas Empresas, conocidas bajo la sigla de MYPES, y su característica se advierte por la relación de sus componentes que se identifica como estructura turística familiar.

2. Por lo tanto la gestión permite el aporte de capital y el derecho para ocupar o sino compartir las responsabilidades de las diversas funciones importantes, un ejemplo de lo señalado es el hotel “La casa de mi Abuela”; donde están plenamente comprometidos para lograr la competitividad, especialmente en el mercado interno de Arequipa.
3. El servicio turístico de hospedaje que en la ciudad de Arequipa se oferta, se presenta empresarialmente como los tipos de Mediana Empresa (36.36%) y Pequeña Empresa (63.64%), destacando esta segunda modalidad, porque de esa forma se incorporan a la formalización del rubro turístico; lo que también implica producir servicios adecuados mediante su infraestructura y recursos humanos, que oportunamente capacitados, ya son parte de los hospedajes que trabajan en el apoyo del SABP.

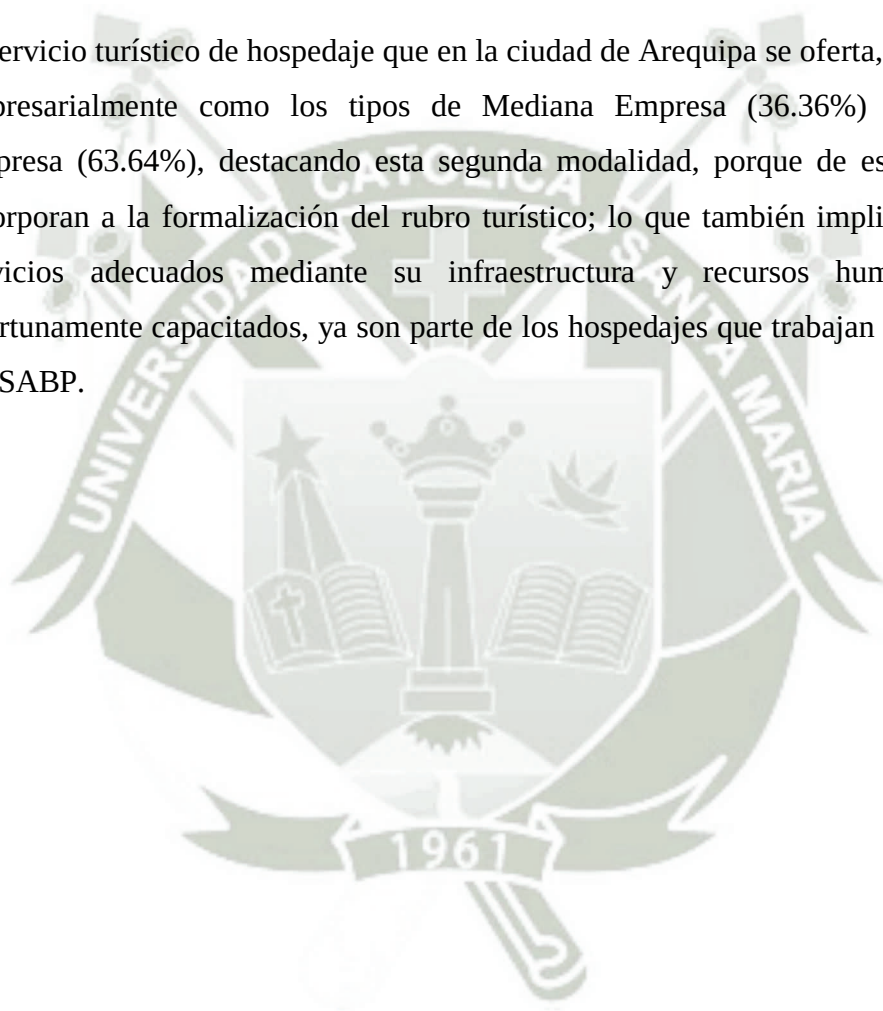
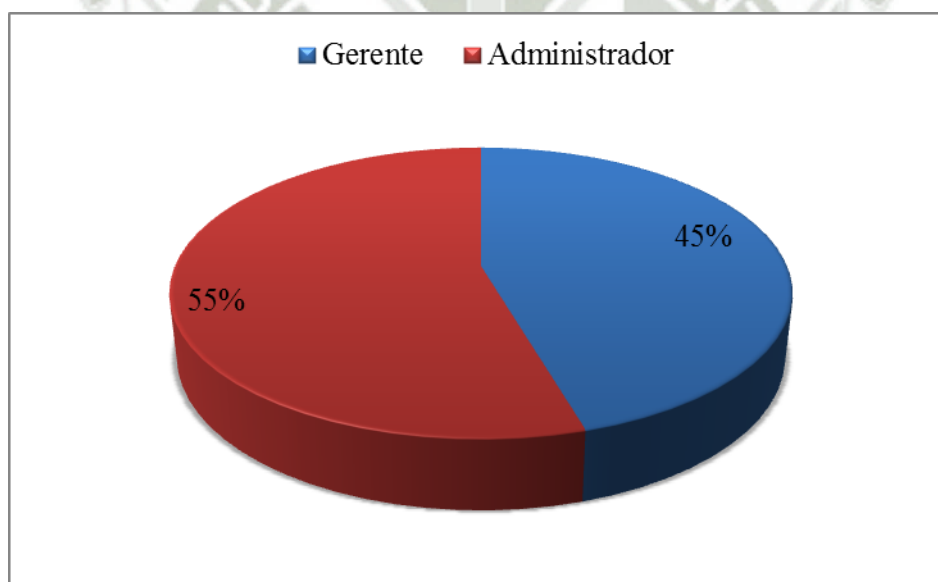


TABLA N° 9: RELACIONADO A CARGO O FUNCIÓN

FRECUENCIAS CARGO	FR	%
Gerente	5	45.46
Administrador	6	54.54
Total	11	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 9


Interpretación:

1. El estudio considero importante identificar al responsable de la gestión en los hospedajes acreditados por el MINCETUR; y se obtuvo como información mediante la realización de una encuesta y su respectivo cuestionario, que en el grupo de los Once (11) Hoteles-

hostales, se tenía que cinco (5) de ellos, constituyendo el 45.46% están a cargo de un gerente que al relacionarlo con el tipo, de Empresa Familiar se trataría de algún miembro debidamente preparado para conducir la gestión de la empresa, representando la confianza del grupo familiar.

2. Esta responsabilidad identificada es aquella que nos señala al 54.54%; en que los seis (6) profesionales con al denominación de “Administrador”; representan al capital Humano y las expectativas empresariales, para concluir la gestión de un hospedaje, que actualmente simboliza al gestor de un establecimiento ligado al turismo, pero comprometido con el servicio de calidad, mediante la oportuna preparación de los recursos humanos que deben mostrar siempre una Buena Práctica en sus funciones y la atención a los huéspedes.

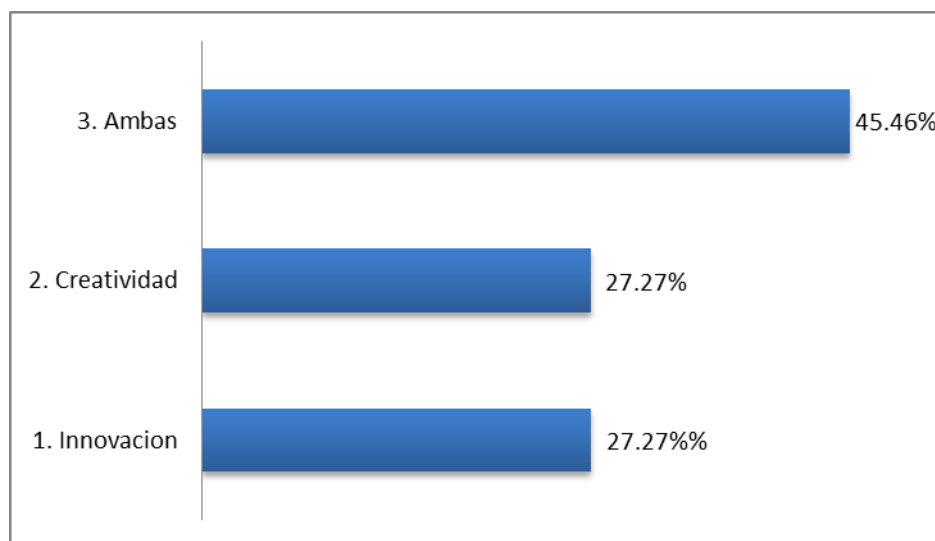


TABLA N° 10: SOBRE LO PERMITIDO POR EL PROCESO DE LAS BUENAS PRÁCTICAS

LOGRO Y APLICACIÓN DEL SABP	FRECUENCIAS	FR	%
1. INNOVACION			
a) Permite implementar nuevos procesos	1		
b) Permite implementar estrategias de evaluación	1		27.27
c) Permite innovar en gestión (y procesos)	1		
2. CREATIVIDAD			
a) Motivado por la promoción CALTUR	1		
b) En la realización de nuevos proyectos	1		27.27
c) Permite mejorar el servicio	1		
3. AMBAS			
a) Permite dar un mejor servicio	2		
b) Podemos adaptarlas para el tipo propio de empresas	1		45.46
c) Motiva nuevos proyectos e ideas	2		
Total	11		100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 10



Interpretación:

1. La investigación efectuada al nivel directivo (5 gerentes y 6 administradores) nos proporciona una opinión significativa respecto al proceso de las “Buenas Practicas”, manifestando en su mayoría (45.46%) que a su empresa hotelera le ha permitido tanto la Innovación para dar un mejor servicio, pero también para adoptar a su propia realidad y gestión empresarial la creatividad, que es parte de lo que promociona el CALTUR (Calidad Turística) mediante nuevos proyectos e ideas.
2. Cuando se considera que destaca en el proceso de las Buenas Practicas, la Innovación, se indica principalmente el hecho de permitir la **Implementación de Estrategias de Evaluación**.
3. De la misma manera al señalar la **Creatividad** los directivos encuestados precisan que permite la realización de nuevos proyectos, que servirán para mejorar el servicio actual.

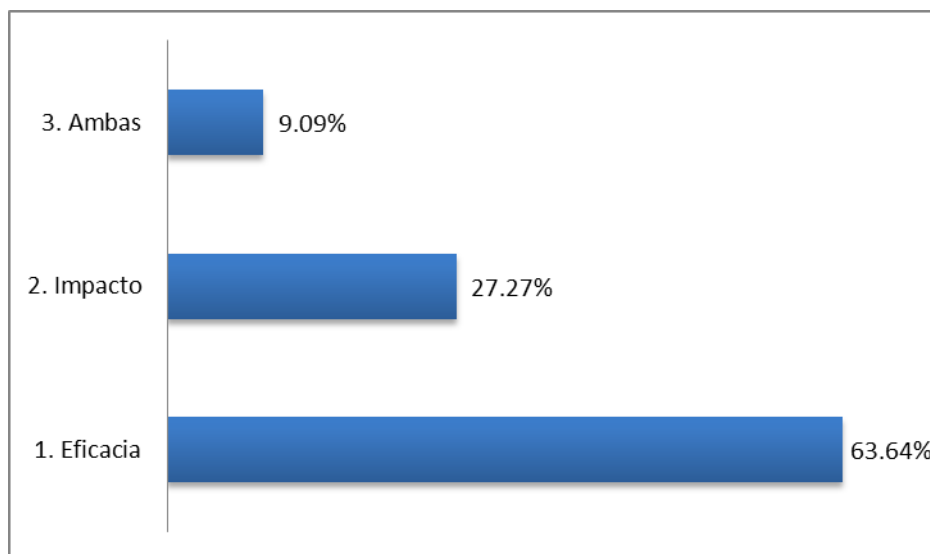
En resumen se puede argumentar que la Innovación, Creatividad o ambas situaciones operativas, constituyen el logro y aplicación del SABP, en los establecimientos de hospedaje acreditados y con certificación otorgada por el MINCETUR.

**TABLA N° 11: RELACIONADO A LAS BUENAS PRÁCTICAS Y LA GESTIÓN
EMPRESARIAL – BENEFICIOS**

UTILIDAD EN GESTION	FRECUENCIAS	FR	%
1. EFICACIA:			
a) Obtención del certificado b) Las experiencias ayudan en todos los aspectos de gestión c) Demuestra el alcance obtenido d) En los resultados antes los huéspedes y colaboradores. d) Logro de objetivos trazados e) Permite desarrollar gestión en producción f) Ayudan a reducir costos y mejorar procesos.		7	63.64
2. IMPACTO			
a) Los colaboradores o trabajadores aprenden y conocen las Buenas Practicas. b) Su implementación hace diferentes a otros hoteles. c) Se realiza nuevos proyectos a cuidar el ecosistema		3	27.27
4. AMBAS			
a) Sensibiliza al personal a cuidar el ecosistema.		1	9.09
Total			100

Fuente y elaboración realizado por la autora

GRÁFICO N° 11



Interpretación:

1. Sobre los aspectos de gestión que resultan de considerar la Eficacia o Impacto, encontramos que para el 63.64% de Directivos el proceso del SABP, ha permitido tener mayor Eficacia, por diversos aspectos logrados, donde destacan como principales el Certificado otorgado por el MINCETUR, pero también porque hay experiencias que ayudan al logro de los objetivos trazados, lo cual permite desarrollar una gestión en favor de la producción para reducir los costos y mejorar procesos.
2. Igualmente el conocimiento y utilidad de las Buenas Practicas para el 27.27% de Directivos, tienen un Impacto, porque los trabajadores aprenden algo nuevo favorable que al implementar en su establecimiento, lo hacen diferente comparativamente con otros establecimientos como hoteles u hostales, lo cual implica nuevos proyectos.
Pero finalmente para el 9.09% de gerentes o administradores el SABP mediante la capacitación y aplicación ha significado sensibilizar al personal para cuidar el ecosistema al cual pertenecen las empresas hoteleras.

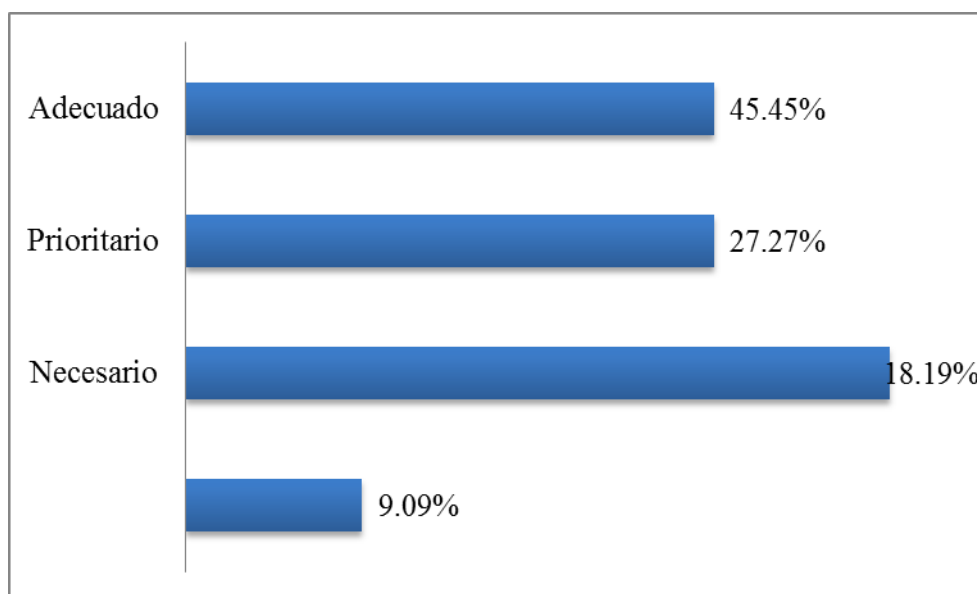
**TABLA N° 12: SOBRE EVALUACIÓN, CAPACITACIÓN Y OPINIÓN EN
LA APLICACIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS**

A) Reservas

RESERVAS	FRECUENCIA	FR	%
1. Interesante			
a) Permite mejorar el trato con el huésped.		1	9.09
2. Necesario			
a) Se considera el primer contacto b) Es la primera impresión hotel-huésped		2	18.19
3. Prioritario			
a) Permite mejorar el servicio b) Se realiza el manejo de reservas c) Permite la afluencia al hotel		3	27.27
4. Adecuado			
a) Primera instancia con el posible huésped b) Realiza el manejo de reservas por ello se debe dar mayor interés. c) Motiva la aplicación de nuevos métodos d) Permite organizar y sistematizar los procesos		5	45.45
Total		11	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 12



Interpretación:

1. La capacitación y aplicación de las Buenas Practicas en el Área de Reservas muestra los siguientes resultados; de los (11) Once gerentes o administradores encuestados: La primera calificación, una persona lo calificó como 9.09% “Interesante” es decir el 9.09% exponiendo que le ha permitido mejorar la relación con el huésped; Dos de ellos calificaron como:
2. “Necesario” representado por el 18.19% manifestando por ser el primer contacto asimismo por ser la primera impresión que el usuario captará.
3. El 27.27% que significa Tres personas lo evaluaron como “Prioritario” explicando que permite el desarrollo del servicio de reservas y a consecuencia la llegada de visitantes al hotel u hostal.
4. Por último, la mayoría de los encuestados un 45.45% es decir, 5 personas determinando que allí se da la primera instancia con un potencial cliente, se lleva a cabo la gestión de reservas, estimula la adaptación de modernos métodos y además permite ordenar y coordinar los procesos.

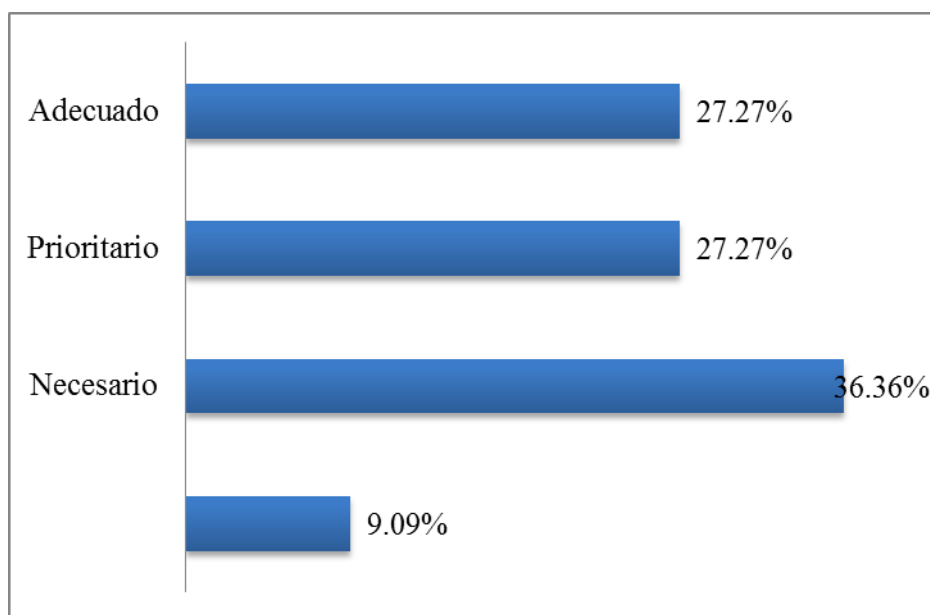
**TABLA N° 13: SOBRE EVALUACIÓN, CAPACITACIÓN Y OPINIÓN EN
LA APLICACIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS**

B) Recepción

RECEPCIÓN	FRECUENCIA	FR	%
1. Interesante		0	0
2. Necesario			
a) El aspecto humano que da acogida al huésped. b) Permite usar estrategias para lograr la satisfacción c) Permite que el huésped repita la experiencia d) Permite brindar calidad al servicio		4	36.36
3. Prioritario			
a) Motiva a mejorar los procesos b) Primera impresión y de trato directo con el huésped		3	27.28
4. Adecuado			
a) Permite mejorar la acogida b) Es la presentación del hotel c) Mejorar los métodos de atención y asistencia		4	36.36
Total		11	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 13



Interpretación:

1. En lo que respecta al Área de Recepción los directivos de los Once hoteles y hostales encuestados expusieron; consideran “Necesario” un 36.36% este departamento porque allí es el personal de esta área, el recepcionista el encargado de brindar el recibimiento, a través de estrategias que le permiten brindar un buen servicio de calidad y el huésped se anime a vivir la experiencia de alojamiento.
2. “Prioritario” lo calificaron tres (3) personas es decir 27.28% afirmando que incita al desarrollo de los procesos, asimismo es la primera impresión directa con el pasajero.
3. Un 36.36% designa como “Adecuado”, recalcando que aquí se da la acogida, es la tarjeta de presentación del servicio que el huésped adquirió y mejorando en la atención y asistencia ofertada.
3. En este punto cabe reiterar que la opción “Interesante” no obtuvo ningún valor porcentual; ninguno de los encuestados optó por esta alternativa.

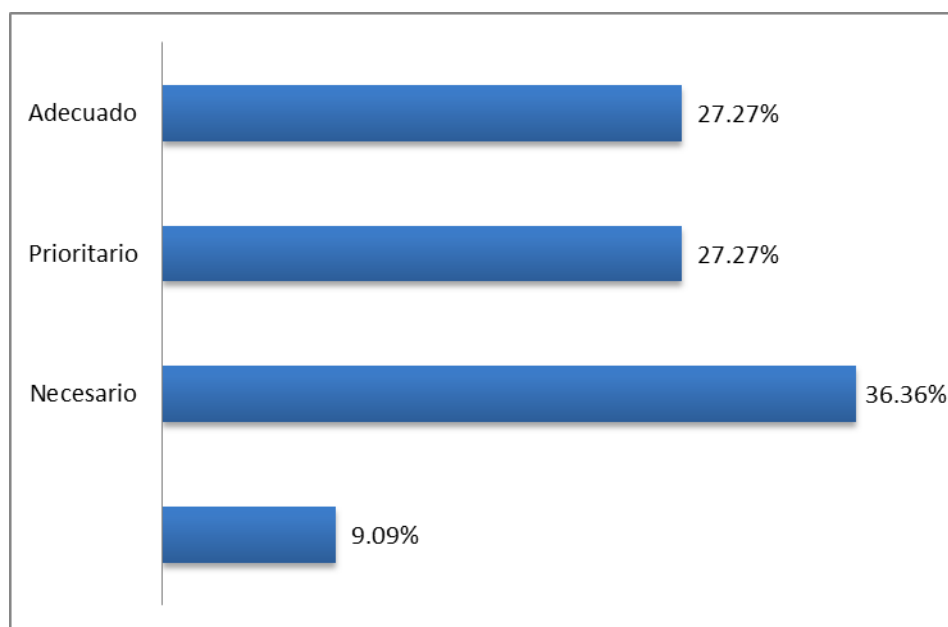
**TABLA N° 14: CUADRO N° 13: SOBRE EVALUACIÓN, CAPACITACIÓN Y
OPINIÓN EN LA APLICACIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS**

C) Housekeeping

FRECUENCIAS		
HOUSEKEEPING	FR	%
1. Interesante		
a) Permite cumplir las expectativas	1	9.09
2. Necesario		
a) Es vital en el proceso	4	36.36
b) Por el contacto directo con el huésped		
c) Mantener la limpieza y orden obligatoriamente		
d) Instruye en el manejo de los procesos en las funciones		
3. Prioritario		
a) Se considera parte fundamental	3	27.27
b) Ayuda a conocer los procesos de mejora		
c) Permite tomar medidas correctivas		
4. Adecuado		
a) Permite la verificación del trabajo	3	27.27
b) Permite mejorar la presentación de la habitación.		
c) Permite mejorar los procesos en tiempo		
Total	11	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 14



Interpretación:

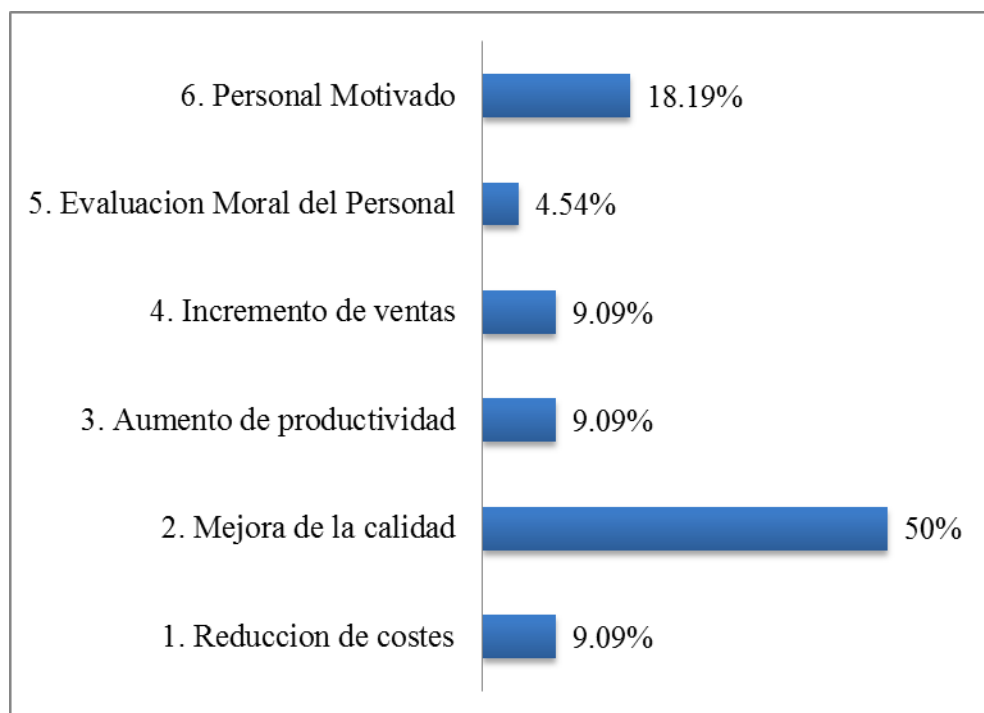
1. Houskeeping el Área comprometida con la limpieza obtuvo calificaciones de la misma manera; de los encuestados Uno que representa el 9.09%, valoró como “Interesante” informando que debe cumplirse con lo esperado por el viajero.
2. “Necesario” con un valor de 36.36% es decir Cuatro personas afirman que es esencial en el proceso, además que existe bastante contacto con el cliente, y no puede fallar la limpieza, y orden y además las labores siguen un proceso determinado.
3. Estimaron “Prioritario” el 27.27%, sólo tres personas, es primordial y sirve de apoyo para conocer los procesos y así realizar las correcciones de ser el caso.
4. Por último, la valoración “Adecuado” Tres encuestado que equivalen a 27.27% corroboran que les facilita llevar una auditoría, continuar mejorando la exposición de la habitación, también esta herramienta posibilita el ahorro de tiempo en los procesos.

**TABLA N° 15: ASPECTOS DESTACADOS Y LOGRADOS DESPUES DE LA
CAPACITACIÓN Y APLICACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS**

ASPECTOS DESTACADOS Y LOGRADOS	FRECUENCIAS	
	FR	%
8.1 Reducción de costes		
a) Al no emplearse el uso excesivo de productos en los procesos y al ejecutarse una vez.	2	9.09
8.2 Mejora de la calidad		
a) Las Buenas Prácticas generan impacto positivo en el huésped. b) Los cambios permiten mejorar el servicio c) Brindad un servicio de calidad al cliente d) Capacitarse continuamente para conocer las innovación en el mercado hotelero d) Brinda mejor trato al huésped	11	50.00
8.3 Aumento de productividad		
a) Mejora en el rendimiento	2	9.09
8.4 Incremento de ventas		
a) Cumplir con los conceptos del SABP b) Los clientes valoran la calidad y lo demuestran con la repetición de su experiencia.	2	9.09
8.5 Evaluación Moral del Personal		
a) Los resultados del servicio percibido	1	4.54
8.6 Personal motivado		
a) Por medio de las opiniones del huésped b) Por medio de la capacitación	4	18.19
Total	22	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 15



Interpretación:

1. Finalmente la encuesta aplicada al personal directivo de hospedajes acreditados y debidamente certificados por el MINCETUR en una primera evaluación orientada a que posteriormente alcancen a obtener el “SELLO DE CALIDAD”, nos proporciona una información cualitativamente interesante, porque cuando se buscan conocer que aspectos destacarían, que se han logrado mejorar para su empresa, luego de efectuada la capacitación; encontramos que lo más significativo, resulta ser el aspecto de “Mejora de la Calidad”, destaca mucho más, ya que representa el 50.00% de logros en los hospedajes acreditados; pero igualmente se adiciona a lo anterior que para el 22.72% se ha producido un hecho muy necesario y sumamente importante porque destaca en relación a lo que toda organización empresarial vinculada al turismo debe valorar, porque según se manifiesta por los responsable de gestión, que el 22.72% representa haberse conseguido tener un “Personal Humano” comprometido para generar mayor desarrollo empresarial.

2. A los aspectos anteriores se suman como otros aspectos logrados, el que haya una Reducción de costes, Aumento de Productividad e Incremento en las Ventas; sumados porcentualmente esta presencia de otras características ocasionadas por la capacitación mediante el SABP; podemos tener la convicción de que los Establecimientos de Hospedaje, han conseguido una primera “ACREDITACION”, mediante el certificado otorgado al MINCETUR, iniciando su gestión por el camino del éxito que posteriormente los ubicara como Hotel/Hostales con el “SELLO DE CALIDAD”, situación muy importante para empresas que se vinculan con la actividad turística, la que es motor de desarrollo con mucha responsabilidad sostenibilidad”.



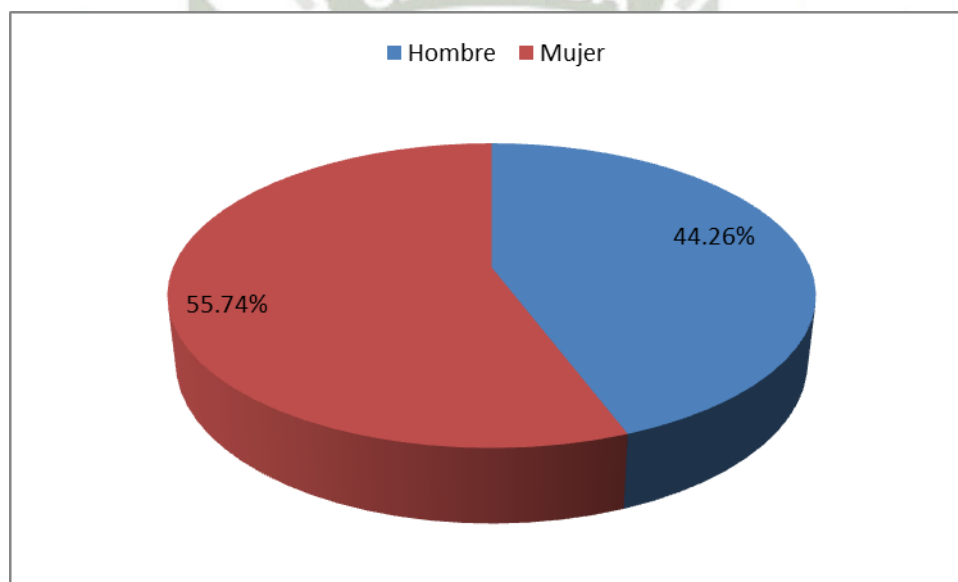


2.1. ENCUESTA A TRABAJADORES

TABLA N° 16: EN RELACIÓN A GÉNERO DE LOS TRABAJADORES

FRECUENCIAS GÉNERO	FR	%
Hombre	54	44.26
Mujer	68	55.74
Total	122	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRAFICO N° 16

Interpretación:

1. El estudio efectuado a los hospedajes acreditados por el MINCETUR, nos proporciona una población proporcional de trabajadores que desde la observación y análisis del género no presentan una diferenciación cualitativa muy marcada mediante la mayor ocupabilidad laboral de mujeres relacionado en el número de varones o pudiendo ser en una cantidad inversa.

2. En el ámbito laboral de los hoteles y hostales enumerados, se estableció que el requerimiento de trabajadores mujeres es de 55.74% (68 personas), lo cual es ligeramente mayor al número de trabajadores varones que son el 44.26% (54 personas)

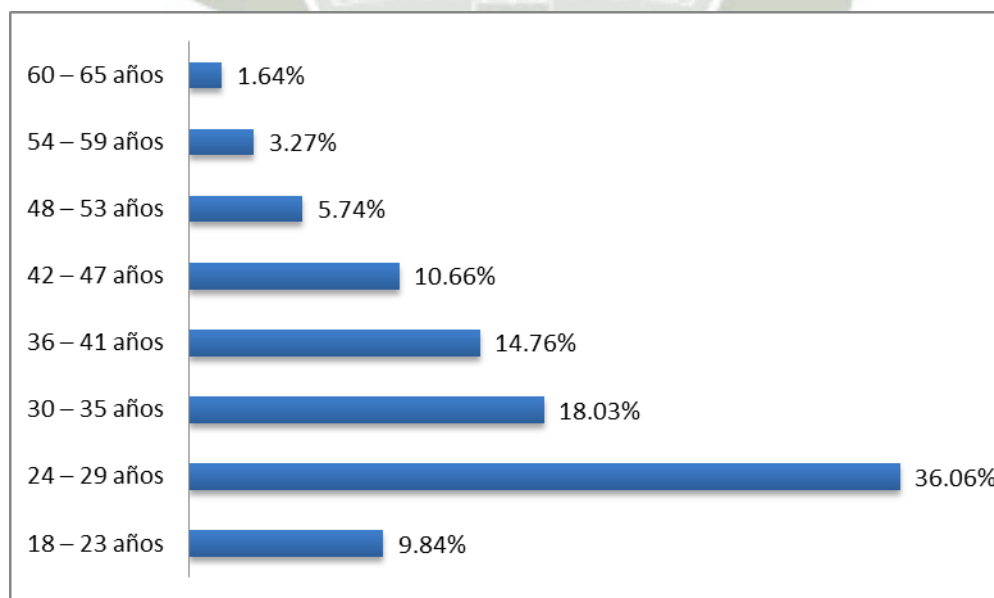
3. En el conocimiento que las empresas de hospedaje tienen funciones operativas muy definidas, y estratégicas, como en el Área de Recepción y Housekeeping, donde se requieren ciertas cualidades y predisposición para el trabajo de equipo. Según el marco teórico que nos apoya sobre el “desarrollo humano” o llamado también desarrollo psicosocial; al tener según la edad proporcionada por los trabajadores, que en su mayoría forman el grupo del Adulto Temprano o también llamado Adulto Joven el estilo de vida y trabajo se caracteriza por que les **“gusta servir a otros”** y esto resulta favorable para una gestión que se orienta al apoyo que se debe tener entre compañeros de trabajo.



TABLA N° 17: EDAD DEL PERSONAL EN HOTELES/HOSTALES
Distribución por edades

N°	FRECUENCIAS RANGOS – INTERVALOS	FR	%
1	18 – 23 años	12	9.84
2	24 – 29 años	44	36.06
3	30 – 35 años	22	18.03
4	36 – 41 años	18	14.76
5	42 – 47 años	13	10.66
6	48 – 53 años	7	5.74
7	54 – 59 años	4	3.27
8	60 – 65 años	2	1.64
Total		122	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 17


Interpretación:

1. Mediante la encuesta aplicada se toma conocimiento, que las edades del personal que labora en los hospedajes acreditados, y desempeñando diversas funciones; se agrupan en dos segmentos diferenciados y que pueden ser motivo de conceptuar y definirlos por su desarrollo humano según la psicología como el “Adulto Temprano” que en este estudio abarca de los 18 hasta los 41 años, y luego el denominado grupo de “Adulto Intermedio” igualmente comprendido de 42 a los 65 años.

2. El primer grupo del Adulto Temprano, mediante la operación de frecuencia acumulada cuantitativa reúne a 96 trabajadores o colaboradores que porcentualmente representa el 78.69% de la muestra, evidenciando con ello que dichos establecimientos de hospedaje tienen la participación de varones y mujeres, cuyas características son favorables para el trabajo que los hoteles y hostales, exigen a sus trabajadores, que pueden ser parte importante para apoyar la innovación y creatividad, que junto a los planes de desarrollo empresarial, pueden comprometerse en nuevos conocimientos y el deseo de superación laboral; aspectos a los cuales se orientan las Buenas Prácticas.

3. Interpretando el aspecto cualitativo en el segmento señalado anteriormente, consideramos importante explicar que un 45.9% (56 personas), conforma lo que se definiría como el “Adulto Joven” (18 a 29 años) y que para la actividad turística mediante la oferta de servicios, encontramos que este capital humano, adquiere mejor estabilidad emocional, completándose también con una mayor proyección en cuanto a metas; es decir que el logro de las tareas es significativo en el resto de su vida adulta: Para este tipo de personal joven su trabajo constituye un periodo de aprendizaje y ajuste que lo llevan a comprometerse con las Buenas Prácticas, porque su desarrollo a través de sus capacidades físicas alcanzan el máximo de efectividad para la destreza manual y habilidad cognitiva. Se puede señalar que traen consigo muchas expectativas que se relacionan con el interés de desarrollarse laboralmente, suelen compartir experiencias y comportarse de una manera altruista. Al analizar con un criterio de confianza laboral, son un segmento motivado y responsable para

el servicio que los hospedajes deben proporcionar a los huéspedes, sobre todo cuando se trata de turistas.

La conversación con el personal directivo de los hoteles u hostales, nos ha permitido saber que el grupo de jóvenes adultos, van encontrando su identidad y la fusión laboral con sus demás compañeros. Son los que también contribuyen al bienestar social y empresarial con su aceptación y participación, la edad que tienen contribuye para aumentar el nivel de productividad, que finalmente se traduce en generar ingresos, reconocimiento y realización. Se destaca que las mujeres que son parte del segmento del Adulto Joven, suelen tener una capacidad de reflexionar sobre si mismas siendo inteligentes y flexibles.

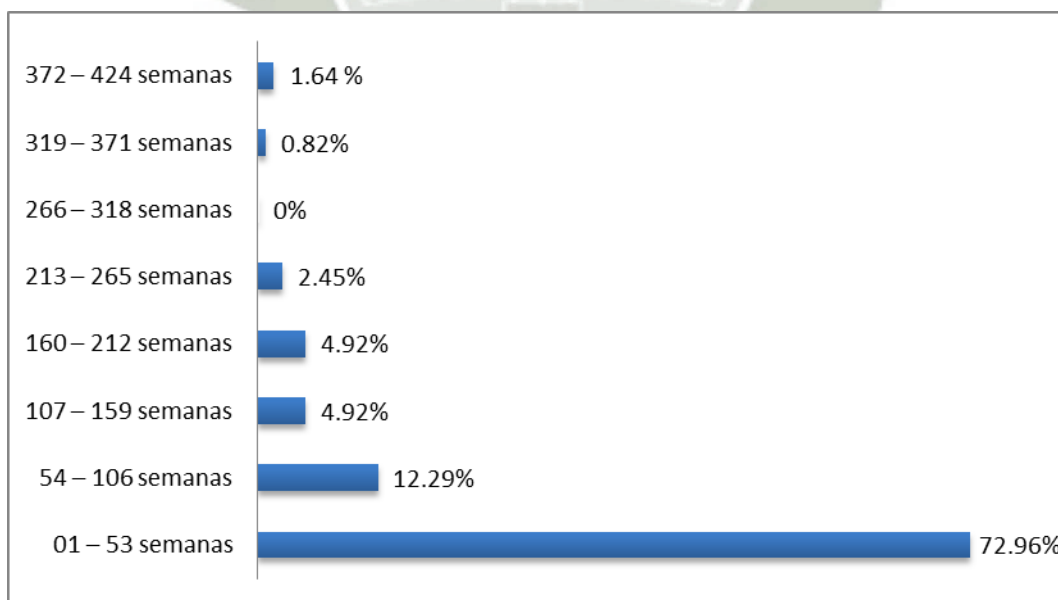
4. La presencia laboral con personas que se ubican entre los 42 a 65 años, constituyen el 21.31%, al cual denominamos un adulto intermedio maduro; que según la teoría del desarrollo humano, tal vez puede constituir un grupo que puede ser ejemplo de madurez y compromiso, son personas que muestran en su desempeño la búsqueda del equilibrio en el desarrollo de las emociones y pensamientos.

Son los varones quienes se ubican en la función de su trabajo, porque poseen cognitivamente un pensamiento formal, aunque se advierte la posibilidad de una situación no tan favorable, porque son personas difíciles para enfrentar el cambio y la novedad de las situaciones que implica experimentar con las Buenas Practicas; sin embargo los establecimientos que forman parte del estudio e investigación efectuada nos demuestran que con sus colaboradores jóvenes y adultos mayores han conseguido luego de una evaluación por el MINCETUR; la respectiva acreditación o certificación que los incluye en el proceso hacia la Calidad Turística (CALTUR) orientada por el organismo gubernamental.

TABLA N° 18: TIEMPO DE SERVICIO DE TRABAJO DEL PERSONAL

N°	RANGOS- INTERVALOS	FRECUENCIAS	
		FR	%
1	01 – 53 semanas	89	72.96
2	54 – 106 semanas	15	12.29
3	107 – 159 semanas	6	4.92
4	160 – 212 semanas	6	4.92
5	213 – 265 semanas	3	2.45
6	266 – 318 semanas	-	-
7	319 – 371 semanas	1	0.82
8	372 – 424 semanas	2	1.64
Total		122	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRAFICO N° 18
Distribución por tiempo de servicio en semanas


Interpretación:

1. Para efectuar la respectiva sistematización ha sido necesario efectuar una conversión, del tiempo de servicios señalados por cada trabajador, teniendo por lo tanto como referencia formal equivalente el concepto de tiempo de trabajo, mediante el manejo numérico de meses laborados desde su ingreso al trabajo hasta el momento actual; debiendo aclararse que en la matriz de datos se registra los años con la unidad y seguida de números decimales los meses correspondientes; así tenemos que:

1.3 Equivale a 15 meses en el desempeño de las funciones como trabajador o colaborador este *modus operandi* nos permite registrar un tiempo laboral desde un mes al momento de la encuesta.

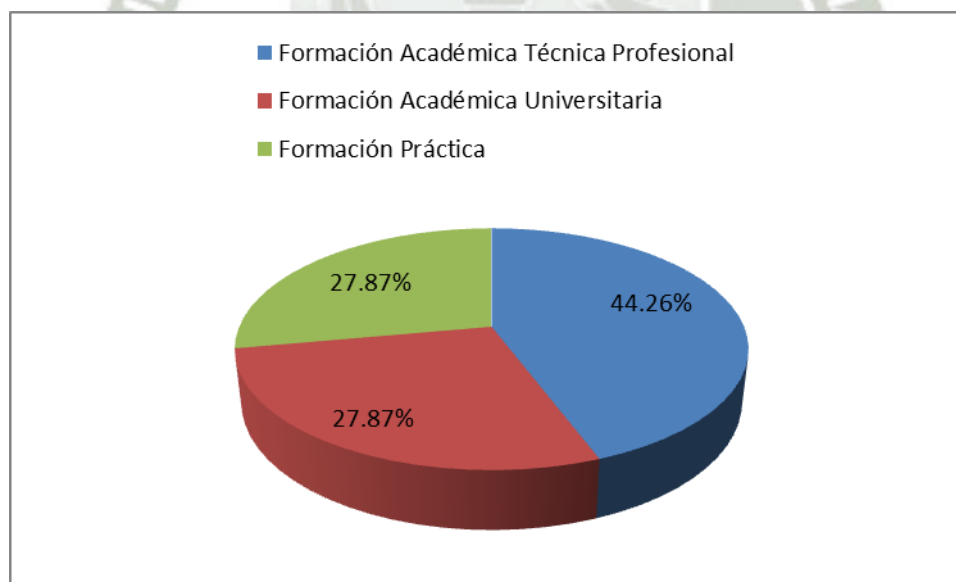
2. En los datos encontramos que el 21.30% (17 personas) se hallaban trabajando de un mes hasta seis meses, debiendo entonces precisar que ellos no fueron partícipes de la capacitación en “Buenas Prácticas” por el MINCETUR; pero lógicamente si tienen una percepción y opinión del servicio actual. Otro grupo que viene laborando de 7 a 12 meses (13.94%) se hallan más familiarizados con el centro de trabajo, pero tampoco fue partícipe del aprendizaje proporcionado por MINCETUR, en ambos casos toman conocimiento mediante lo compartido por compañeros y lo indicado por la gestión directiva del establecimiento de hospedaje, sobre el compromiso de asumir laboralmente una actitud positiva, incorporando a su experiencia el beneficio que proporciona el SABP para mejorar la calidad del servicio e imagen empresarial.

3. De la totalidad de trabajadores y en funciones distintas los resultados no indican que el 37.70% o sea 46 personas tiene acumulado un tiempo de servicio que alcanza hasta los 4 años, dándole con su presencia y estabilidad laboral en dichas empresas, una sostenibilidad que es funcional y motiva el interés por una superación laboral. Otro dato importante es la referencia que el 4.91% (6 trabajadores) registran una permanencia laboral de 22 a 35 años, lo que constituye niveles de realización personal y condiciones de confianza en la relación empleado – empresa, no produciéndose una rotación o cambio de trabajadores luego de una corta permanencia.

TABLA N° 19: SOBRE FORMACION ACADEMICA DEL PERSONAL

TIPOS DE FORM. ACADÉMICA	FRECUENCIAS	FR	%
4.A. Formación Académica Técnica Profesional		54	44.26
4.B. Formación Académica Universitaria		34	27.87
4.C. Formación Práctica		34	27.87
Total		122	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 19


Interpretación:

Las organizaciones empresariales vinculadas a la actividad turística se hallan inmersas en un proceso de mejorar la gestión para garantizar mayor calidad en el servicio de hospedaje que se oferta. En este sentido encontramos que resulta importante y responsable para el segmento de hoteles y hostales, que surgen como empresas familiares y bajo la forma de pequeña y mediana empresa; el contar con colaboradores o trabajadores que sean personal calificado, con base de una formación académica adecuada y sostenible por sus conocimientos teóricos y las practicas que realizan, motivan el interés de los establecimientos de hospedaje para contratar servicios calificados.

2. De la totalidad de trabajadores que tiene los hostales y hoteles, acreditados y certificados por el MINCETUR hallamos que el 72.13% (88 personas) tiene una formación académica de nivel superior; que en la idea de diferenciarlos, se puede señalar que el 44.26% (54 empleados) están preparados y respaldados por una formación **“Técnica Profesional”**, que se oferta en el país por los Institutos Superiores de Turismo, con diversas especialidades; pero igualmente el 27.87% (34 empleados) se han formado bajo la exigencia y responsabilidad académica de **Nivel Universitario**; que ante el desarrollo y auge del turismo en Arequipa y el Sur del país son varias universidades que tienen esa responsabilidad de garantizar el turismo con responsabilidad y la calificación de “Excelencia”, porque esta actividad del turismo es un producto de exportación que contribuye bastante a la economía del Perú. El hospedaje para el usuario o huésped constituye una necesidad básica que debe atenderse con personal calificado y especializado para lograr una estadía inolvidable en los visitantes.

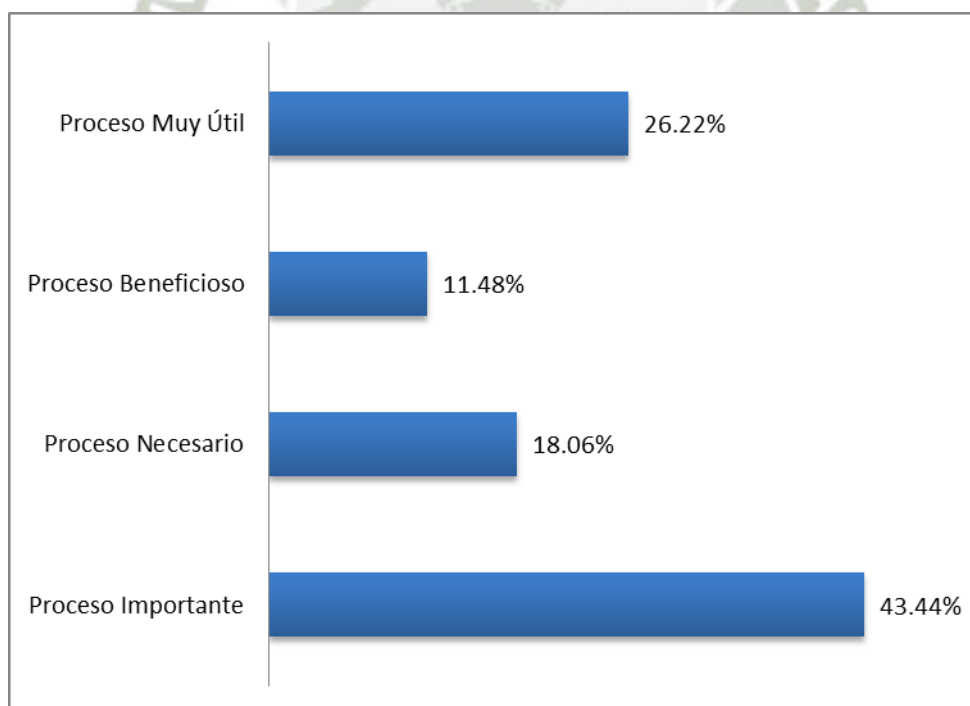
3. Otro grupo de colaboradores que representan el 27.87% (34 empleados), se les identifica como un capital humano, que solo tiene una **“Formación Práctica”**, pero al sumarse su experiencia a la gestión empresarial, también contribuyen al éxito empresarial, que finalmente se traduce en un incremento de la demanda o huéspedes.

**TABLA N° 20: OPINIÓN DE LO TRABAJADORES SOBRE EL PROCESO DEL
SABP EN EL HOTEL**

N° INDICAD	FRECUENCIAS	FR	%
	ALTER. PROCESO		
5.A	Proceso Importante	53	43.44
5.B	Proceso Necesario	23	18.86
5.C	Proceso Beneficioso	14	11.48
5.D	Proceso Muy Útil	32	26.22
Total		122	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 20



Interpretación:

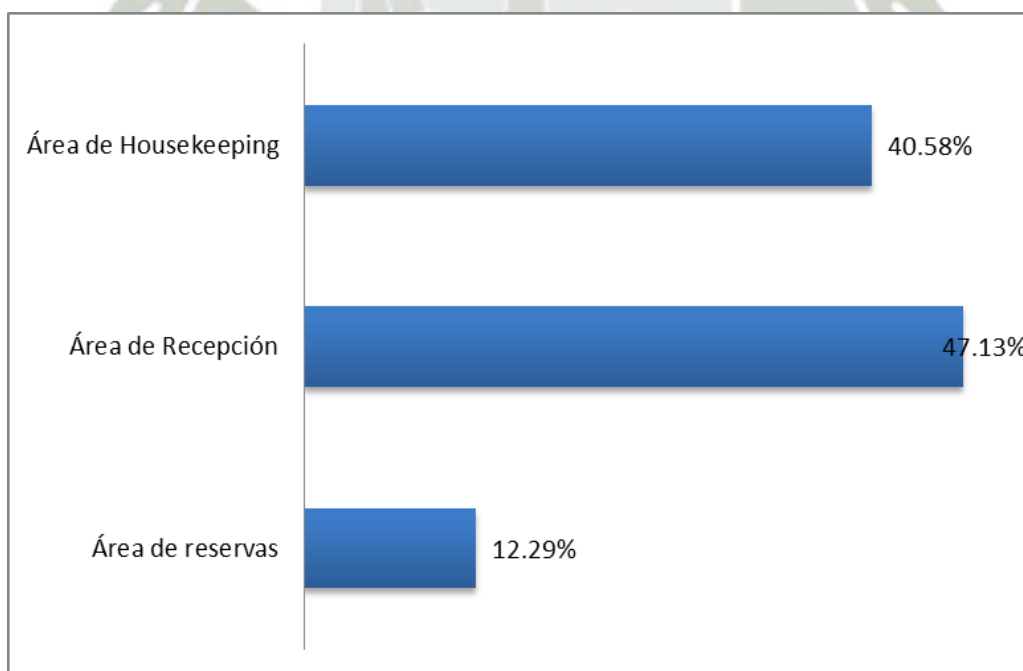
1. La responsabilidad del MINCETUR en apoyar con los conocimientos teóricos – prácticos a los establecimientos de hospedaje, a través de la **“Capacitación”** sobre el SABP (Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas), con el propósito de motivar al logro del **“Sello de Calidad”** en el campo del turismo.
2. De los resultados del cuadro se puede observar que los trabajadores de los hoteles que aplican el SABP, luego de la capacitación consideran el 43.44% es decir 53 personas como un “Proceso importante”, seguidamente están los que lo aprecian como un “Proceso muy útil” un 26.22% se refiere a 32 personas, como “Proceso necesario” un 18.85% representa 23 personas y por último con 11.48% solo 14 personas que lo valoran como “Proceso beneficioso”.
3. Los conceptos técnico-prácticos de mayor frecuencia es lo que respecta a la opinión del SABP, resultan ser el de “Proceso Importante” y “Proceso Útil” que globaliza el 69.6%, y que interpretados desde un criterio de organización y realización laboral se entiende que mediante su aplicación alcanzan y lograr tener más interés para el servicio que realizan; porque además produce un provecho y beneficio personal, pero también colectivo (trabajo en grupo), cuando se trata de una Empresa de Servicios relacionada al Turismo permitiendo satisfacer una necesidad de realización y éxito.
4. También podemos concluir que lo apreciamos como una herramienta fundamental a la hora de llevar a cabo las funciones y tareas del hotel.

TABLA N° 21: ÁREA DE MEJOR IMPLEMENTACION DEL SABP

AREAS DE IMPLEMENTACION	FRECUENCIAS	FR	%
6. A Área de reservas		30	12.29
6.B Área de Recepción		115	47.13
6.C Área de Housekeeping		99	40.58
Total		244	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 21



Interpretación:

1. El resultado de la información obtenida nos indica claramente que para el personal de los hoteles- hostales, el **Área de Recepción** ha sido motivo de una aplicación o implementación mejor, ya que el 47.13% (115 colaboradores) así lo señalan. Para ello es necesario recordar que este lugar y las funciones que cumplen comprende las 24 horas de atención, porque diversas actividades laborales lo exigen, especialmente en responder el teléfono con la mayor amabilidad y cordialidad, porque desde un primer instante se constituye en la función inmediata de presentación ante los posibles usuarios que requieren una clara y correcta información; ante la presencia de los usuarios su invitación amable para llenar el Registro con sus datos personales, está con esa actitud demostrando el desempeño profesional, y que como colaboradores de la empresa están entrenados para atender y brindarle un asesoramiento al huésped. Es muy importante recordar que en el concepto de imagen y eficiencia la Recepción es **“la tarjeta de presentación”** del hotel,. El primer contacto entre el cliente – empresa, permite tomar la decisión de adquirir el servicio, con lo cual quedaría demostrado la importancia de las Buenas Prácticas por el personal que ha sido capacitado para ello. A lo anterior se agrega que dicho personal cumple la función de control interno y externo, facilitando la comunicación entre otros departamentos que forman parte del establecimiento. Una función principal que corresponde al Área es la verificación de disponibilidad de habitación y que se encuentren debidamente preparadas.

2. Considerando el propósito al que se orienta la aplicación de las Buenas Prácticas, se tiene que para el 40.58% (99 colaboradores), resulta que la implementación se ha dado con buenos resultados en el **“Área de Housekeeping”**, donde el responsable reconocido como el Ama de Llaves es responsable de mantener la limpieza de áreas públicas y habitaciones, buscando también brindar un buen servicio al huésped, para que se sienta cómodo y confortable porque es el espacio donde el cliente permanecerá más tiempo. El responsable debe organizar el trabajo, manteniendo el stock en buen estado y realiza el reporte de las averías, empleando además medidas de seguridad y sanidad.

TABLA N° 22: SOBRE BENEFICIOS Y LOGROS PERSONALES

FRECUENCIAS		
BENEFICIOS Y LOGROS	FR	%
7. A Incrementar conocimientos	81	33.20
7.B Estar más motivado	32	13.11
7.C Ser más responsable	54	22.13
7.D Superación Laboral	40	16.40
7.E Nuevas Perspectivas de trabajo	37	15.16
Total	244	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 22


Interpretación:

1. Mediante la encuesta y cuestionario aplicada a los trabajadores de los hoteles y hostales; en relación a los “ Beneficios y Logros” el personal señala que para el 33.20% (81 trabajadores; la capacitación de las Buenas Practicas, les ha permitido “ **incrementar sus conocimientos**”, lo que indudablemente constituye un logro cualitativo personal, que le facilita un mejor desempeño de sus funciones y la atención adecuada a los clientes que buscan en el servicio de hospedaje la satisfacción de una estadía agradable; el desempeño de los colaboradores en los Hoteles – hostales, no solo tiene la formación teórico – práctica, lograda con un aprendizaje académico; sino que incorporados a una pequeña o mediana empresa hotelera, en donde se tiene como filosofía laboral, la aplicación de la Buenas Practicas, se hace necesario que el trabajo diario comprometido con la calidad; incrementan mucho el conocimiento de tareas y enriquecen el resultado de las funciones a cumplir; con otro beneficio y logro que para el 22.13% (54 trabajadores) les ha permitido “**ser más responsables**”, pero es igualmente importante que otro grupo el 16. 40% (40 colaboradores) consiguieron alcanzar una “ **superación laboral**”.

2. Al efectuar una acumulación de frecuencias, tenemos como resultado que un 71.73% de los trabajadores han tenido como beneficios: incrementar sus conocimientos, ser más responsable y alcanzar una superación laboral; todo ello resulta favorable para alcanzar el desarrollo de una empresa hotelera vinculada al turismo.

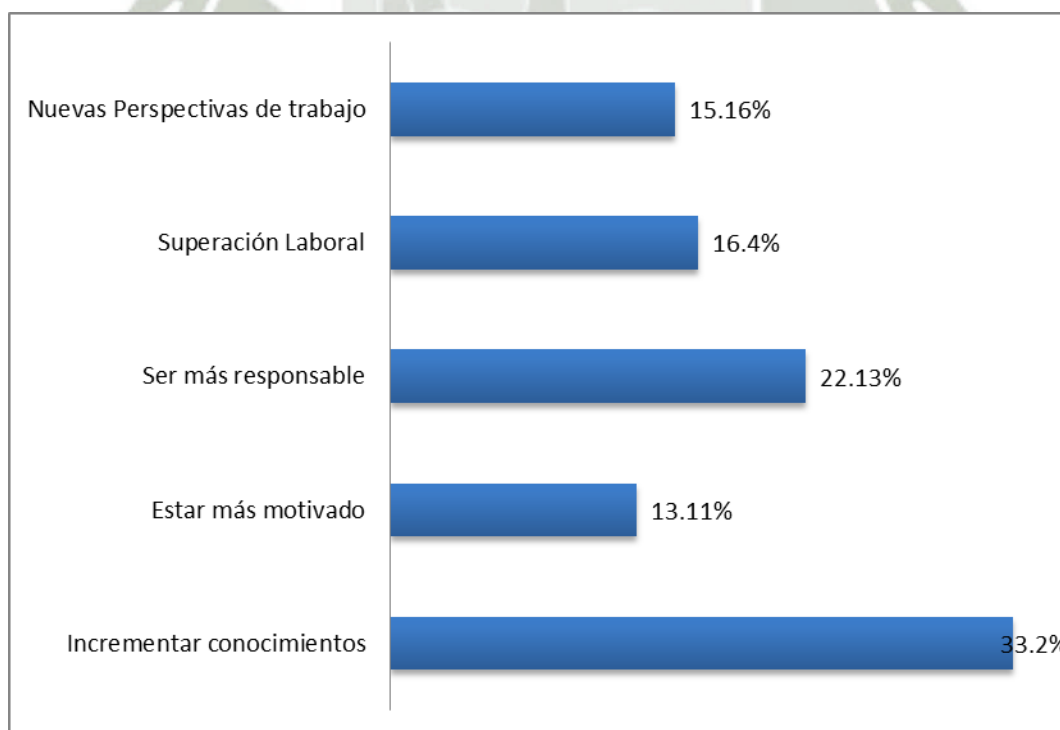
3. Otras alternativas de respuesta señaladas nos presentan a un grupo de trabajadores, que manifiestan “**estar más motivados**” 13,11% y por lo tanto en aperturarse “**nuevas perspectivas de trabajo**” 15.16%. Se puede explicar con un criterio muy favorable, lo importante que resulta, haberse tomado la decisión por diversos hoteles y hostales de Arequipa, el haber sido partícipes de una política de gestión que forma parte del proceso de CALTUR, es decir la capacitación periódica y su implementación con las Buenas Practicas.

TABLA N° 23: SOBRE BENEFICIOS Y LOGROS AL HOSPEDAJE

N° INDICAD	FRECUENCIAS		FR	%
	BENEFICIOS Y LOGROS			
7.A	Incrementar conocimientos		81	33.20
7.B	Estar más motivado		32	13.11
7.C	Ser más responsable		54	22.13
7.D	Superación Laboral		40	16.40
7.E	Nuevas Perspectivas de trabajo		37	15.16
Total			244	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 23



Interpretación:

1. Mediante la encuesta y cuestionario aplicada a los trabajadores de los hoteles y hostales; en relación a los “ Beneficios y Logros” el personal señala que para el 33.20% (81 trabajadores; la capacitación de las Buenas Practicas, les ha permitido “ **incrementar sus conocimientos**”, lo que indudablemente constituye un logro cualitativo personal, que le facilita un mejor desempeño de sus funciones y la atención adecuada a los clientes que buscan en el servicio de hospedaje la satisfacción de una estadía agradable; el desempeño de los colaboradores en los Hoteles – hostales, no solo tiene la formación teórico – práctica, lograda con un aprendizaje académico; sino que incorporados a una pequeña o mediana empresa hotelera, en donde se tiene como filosofía laboral, la aplicación de la Buenas Practicas, se hace necesario que el trabajo diario comprometido con la calidad; incrementan mucho el conocimiento de tareas y enriquecen el resultado de las funciones a cumplir; con otro beneficio y logro que para el 22.13% (54 trabajadores) les ha permitido “**ser más responsables**”, pero es igualmente importante que otro grupo el 16.40% (40 colaboradores) consiguieron alcanzar una “ **superación laboral**”.

2. Al efectuar una acumulación de frecuencias, tenemos como resultado que un 71.73% de los trabajadores han tenido como beneficios: incrementar sus conocimientos, ser más responsable y alcanzar una superación laboral; todo ello resulta favorable para alcanzar el desarrollo de una empresa hotelera vinculada al turismo.

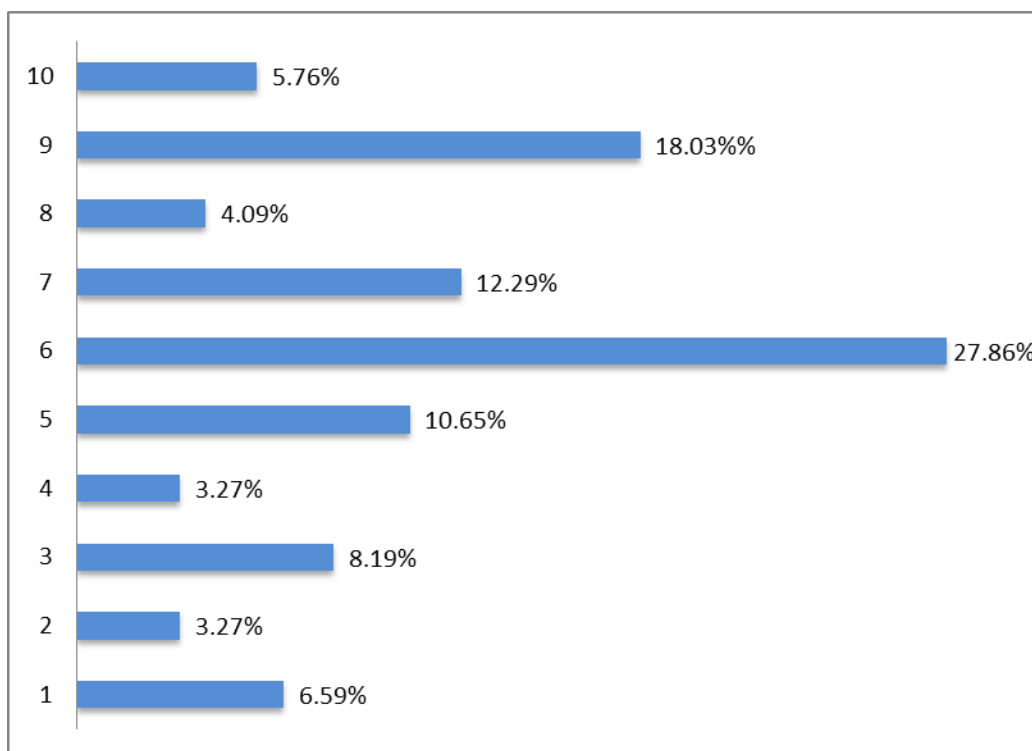
3. Otras alternativas de respuesta señaladas nos presentan a un grupo de trabajadores, que manifiestan “**estar más motivados**” 13,11% y por lo tanto en aperturarse “**nuevas perspectivas de trabajo**” 15.16%. Se puede explicar con un criterio muy favorable, lo importante que resulta, haberse tomado la decisión por diversos hoteles y hostales de Arequipa, el haber sido partícipes de una política de gestión que forma parte del proceso de CALTUR, es decir la capacitación periódica y su implementación con las Buenas Practicas.

**TABLA N° 24: OPINIÓN O SUGERENCIA CONSIDERA NECESARIO
EXPRESAR, PARA EL PRÓXIMO PROCESO DEL SABP**

OPINÓN O SUGERENCIA	FRECUENCIA	
	FR	%
1. Buena iniciativa del Estado para promocionar y fomentar los conceptos de calidad en el servicio.	8	6.59
2. Traer ideas nuevas en todas las áreas, actualizarlas constantemente y enfocarlas en la resolución de problemas.	4	3.27
3. Mejorar los conocimientos en todas las áreas de trabajo.	10	8.19
4. Representa una imagen frente al huésped, otorgando prestigio al establecimiento hotelero.	4	3.27
5. Bueno.	13	10.65
6. Brindar mayor capacitación, de manera técnica con inspección más detallada directa al personal cuyos beneficios repercutan en el hotel.	34	27.86
7. Continuar ampliando la calidad y mantener los estándares para dar mayor satisfacción al huésped y cumplimiento de logros empresariales.	15	12.29
8. Permite medir la calidad y la buena relación entre áreas	5	4.09
9. Mejorar el trabajo diario buscando ofrecer un servicio de calidad y conseguir satisfacer al cliente y aumentar así ventas	22	18.03
10. Motivación al personal de acuerdo a su productividad e impulsarlos a aplicarse día tras día.	7	5.76
Total	122	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 24



Interpretación:

1. Con el siguiente cuadro y respectivo gráfico, se busca conocer las opiniones de los trabajadores respecto a las Buenas Prácticas y las sugerencias acerca del proceso del proceso que el SABP tuvo en su centro de trabajo. Así, nos encontramos con los siguientes resultados:

El primer indicador con un 6.59%, es decir, (8) de los trabajadores lo percibieron como un buen impulso por parte del Gobierno a través de su ente MINCETUR, distinguiéndolo por promover a la calidad.

El segundo indicador, solo 4 de los colaboradores un 3.27% lo reconoció como innovador, pero considera que sus preceptos deben ser renovados y mejorados continuamente.

El tercer indicador, un 8.19 % que representa 10 de los encuestados considera necesario desarrollar las competencias en todas las áreas que comprende el sector hotelero.

El cuarto indicador, un valor de 3.27% ratifica que la aplicación del SABP sirve para proyectar una buena fotografía del hotel u hostel, concediéndole reputación en la industria.

El quinto indicador, arroja un 10.65%, 13 de los encuestados dio una respuesta plana evitando dar más comentarios, manifestó Bueno.

El sexto indicador, 27.86% representando por 34 de los colaboradores solicitó recibir más capacitación metodológica, con auditorías que se den de manera específica al personal correspondiente en cada área que generaran mayores beneficios.

El séptimo indicador, 12.29% es decir, 15 de los trabajadores expresaron que debe seguir incrementando la información referente a calidad que permite dar cumplimiento con las expectativas de los clientes y a su vez los de la empresa.

El octavo indicador, 5 de los encuestados con un valor de 5.09%, dicen que a través de esta herramienta se logra medir la calidad, además ayuda con el clima laboral en la empresa.

El noveno indicador, el 18.03% que representa a 9 de los trabajadores dicen del instrumento SABP que posibilita mejorar la labor diaria que repercutirá en el incremento de ventas para el hotel u hostel.

Y por último el décimo indicador, 7.76% o 7 personas, afirman que es imprescindible motivar al personal según su desempeño laboral y empujarlos a continuar desenvolviéndose eficientemente.



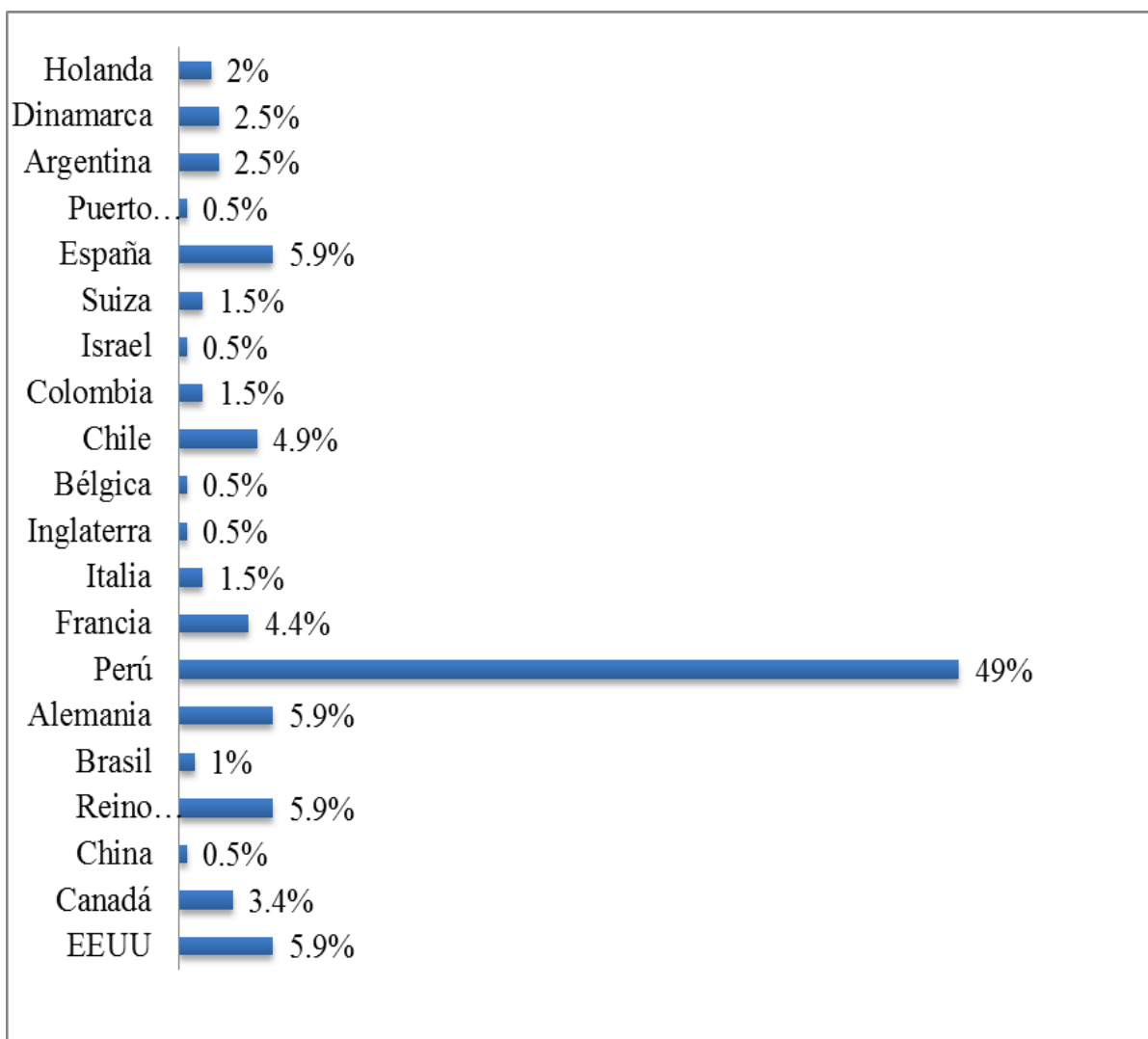
2.3 *ENCUESTA A HUÉSPEDES*

TABLA N° 25: SOBRE PROCEDENCIA

PROCEDENCIA	FRECUENCIA	FR	%
EEUU	12		5.9
Canadá	7		3.4
China	1		0.5
Reino Unido	12		5.9
Brasil	2		1.0
Alemania	12		5.9
Perú	100		49.0
Francia	9		4.4
Italia	3		1.5
Inglaterra	1		0.5
Bélgica	1		0.5
Chile	10		4.9
Colombia	3		1.5
Israel	1		0.5
Suiza	3		1.5
España	12		5.9
Puerto Rico	1		0.5
Argentina	5		2.5
Dinamarca	5		2.5
Holanda	4		2.0
Total	204		100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 25



Interpretación:

1. Los establecimientos que han sido ACREDITADOS de Buenas Prácticas; nos proporcionan información que permite señalar tres clases de frecuencia, para la ocupabilidad de los hoteles y hostales que son tema de la investigación efectuada; esta clasificación con criterio cuantitativo, nos indican: Frecuencia Alta, Frecuencia Media y Frecuencia Baja.

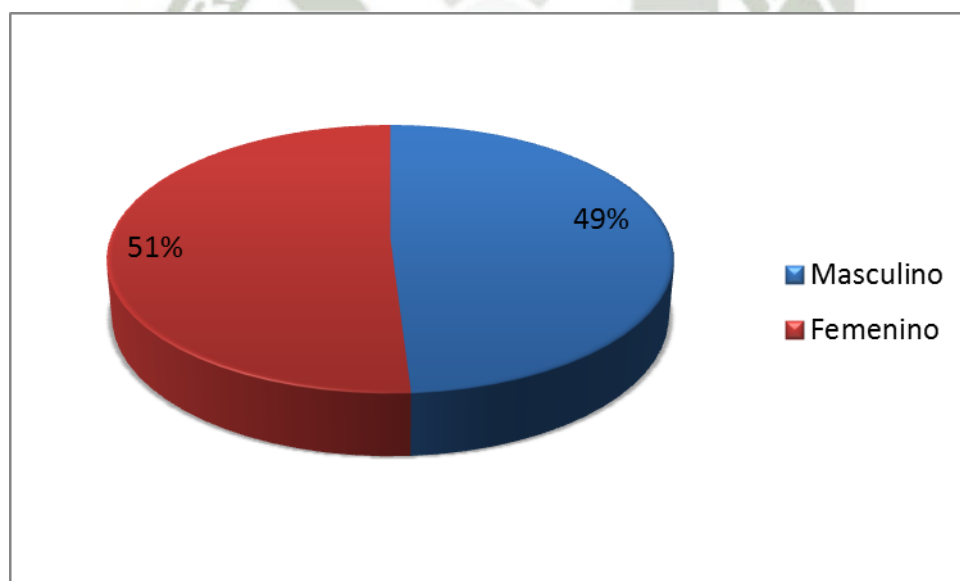
2. Corresponden a los huéspedes peruanos el 49.0 % representan la Frecuencia Alta que se interesa por el servicio de alojamiento ofertado; sigue la Frecuencia Media con un 23.6% y la presencia de huéspedes cuya procedencia está relacionada a los países de Estados Unidos de Norteamérica, Reino Unido, Alemania y España. La ocupabilidad restante que sumaría el 27.4% se logra con la presencia de visitantes que proceden tanto de países latinoamericanos como Canadá, Brasil, Chile, Colombia, Puerto Rico, Argentina, y también con aquellos cuyo origen están relacionado a China, Francia, Italia, Bélgica, Israel, Suiza, Dinamarca y Holanda; que constituyen la Frecuencia Baja de 13.4%.

TABLA N° 26: EN RELACIÓN AL GÉNERO DE LOS HUÉSPEDES

FRECUENCIAS GÉNERO	FR	%
Masculino	100	49.0
Femenino	104	51.0
Total	204	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 26



Interpretación:

1. La encuesta aplicada a los usuarios del servicio de hospedaje, donde se busca como aspecto general, conocer el género de las mismas; los resultados obtenidos, nos proporcionan una ligera diferenciación de frecuencias; así se registran que el 51.00% lo constituyen el género femenino y un 49.00% corresponde al género masculino.

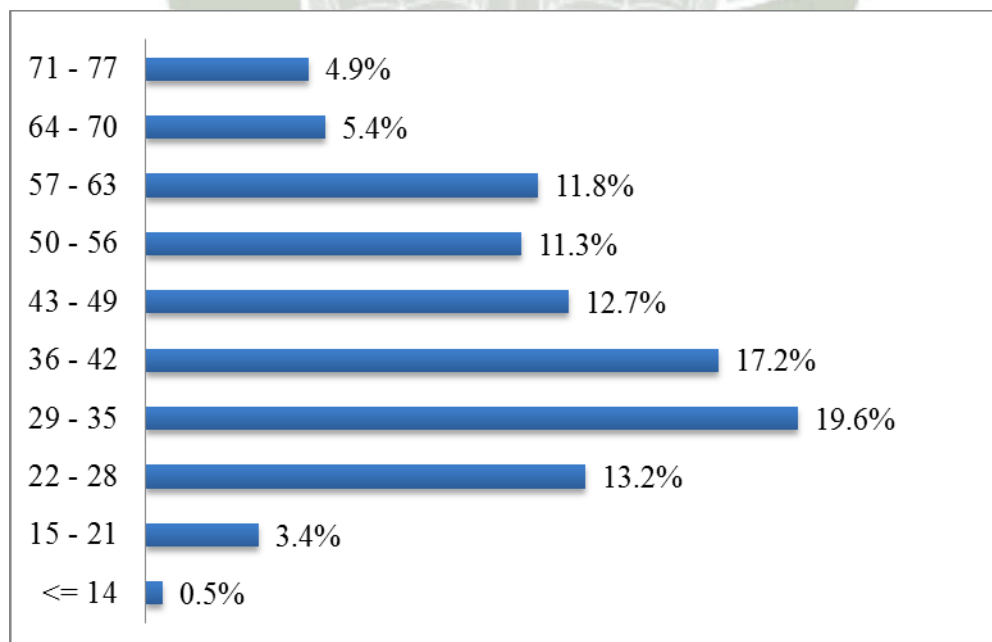
2. Los porcentajes anteriores serán importantes para poder conocer como opinan sobre el servicio que reciben en las Áreas de Reservas y Recepción, Housekeeping, Lavandería y sobretodo en relación al personal que labora en esos establecimientos de hospedaje que ya han recibido una capacitación de Buenas Prácticas, porque al respecto se tiene como expectativa un resultado esperado, donde la empresa privada de tipo personal o familiar llamada algunas veces MYPE y sus colaboradores han buscado herramientas como el SABP (Sistema de Aplicación de Buenas Practicas), para mejorar el sistema de gestión y el servicio que se brinda; el huésped se convierte mediante su opinión en un evaluador, que para la presente investigación resulta muy importante porque la población de usuarios representa una frecuencia compartida muy cercana de varones y mujeres.

TABLA N° 27: SOBRE EDAD DE LOS HUÉSPEDES

EDAD \ FRECUENCIAS	FR	%
<= 14	1	0.5
15 – 21	7	3.4
22 – 28	27	13.2
29 – 35	40	19.6
36 – 42	35	17.2
43 – 49	26	12.7
50 – 56	23	11.3
57 – 63	24	11.8
64 – 70	11	5.4
71 – 77	10	4.9
TOTAL	204	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 27



Interpretación:

1. El cuadro y las frecuencias respectivas que tienen relación con la edad de los huéspedes encuestados y agrupados estadísticamente, nos presenta un primer grupo denominado EL ADULTO TEMPRANO, cuya frecuencia acumulada es 53.9% y se trataría de 110 encuestados, cuyas edades comprender de 14 a 42 años de edad; pero en ese mismo grupo destaca que el 17.1% (35 personas) se les puede definir según la teoría del desarrollo humano, como el ADULTO JOVEN cuyas edades abarcan de los 14 a 28 años, segmento interesante por las opiniones que pueden proporcionar y que se contrastarían con otro grupo o segmento de mayor edad.

2. Los mismos resultados que se registran en el cuadro estadístico, nos presenta al grupo del ADULTO INTERMEDIO que para algunos estudiosos de la psicología, constituyen el ADULTO MADURO, representando en la muestra de estudio por el 35.8% (73 personas); cuyas edades comprenden de 43 a 63 años que a través también de su opinión sobre el servicio recibido, permitirán conocer su apreciación del servicio en Recepción y Reservas, pero fundamentalmente sobre la comunicación y atención del personal que labora en los hospedajes con certificación de las Buenas Prácticas otorgado por el MINCETUR.

3. Finalmente un 10.3% (21 personas o huéspedes) constituyen el grupo del ADULTO MAYOR, porque su edad abarca de los 64 a 77 años; siendo personas que posiblemente tengan una opinión y valoración diferente del servicio recibido durante su estadía.

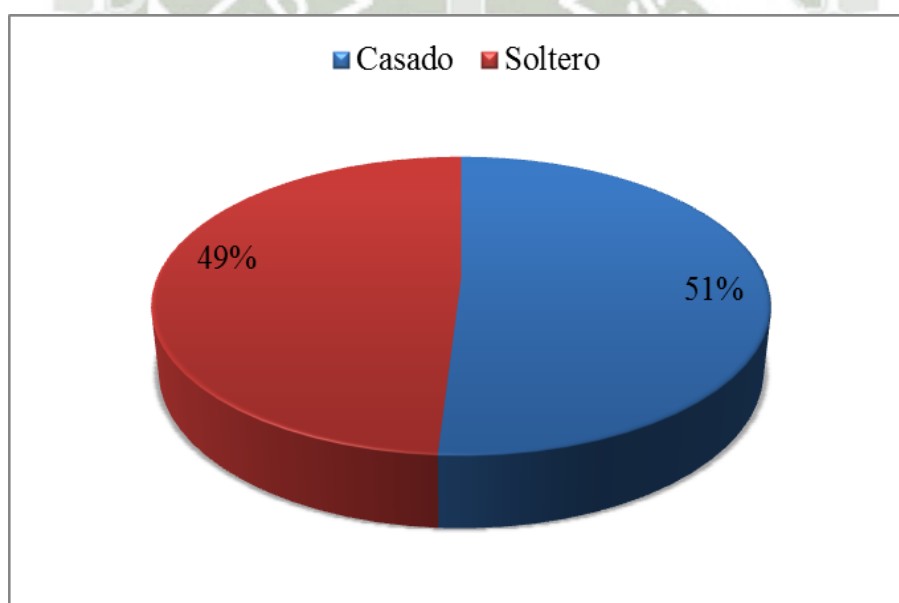
En resumen se puede señalar que más del 50% de huéspedes encuestados son el público usuario de estos establecimientos, que están inmersos y comprometidos con las Buenas Prácticas, buscando un desarrollo y auge empresarial.

TABLA N° 28: EN RELACION AL ESTADO CIVIL DE LOS HUÉSPEDES

FRECUENCIAS ESTADO CIVIL	FR	%
Casado	104	51.00
Soltero	100	49.00
Total	204	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 28



Interpretación:

1. Sobre el estado civil en la encuesta realizada a los usuarios de los servicios de hospedaje que fueron acreditados con el SABP (Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas), se

observa que no existe una marcada diferencia entre huéspedes de condición o situación legal conocidos como “Casado” o “Soltero”; representando a los primeros con 51.0% y para los solteros un 49.0%.

2. Los porcentajes antes referidos nos permite entender que como se constatará en el cuadro “Motivo de Viaje”, la mayoría llega a nuestra ciudad por causa del deseo de hacer turismo y en ese sentido resulta lógico pensar que algunos de los huéspedes casados están acompañados del cónyuge; por lo tanto, su opinión sobre aspectos relacionados al SABP en las siguientes preguntas del cuestionario; podrán proporcionar información muy útil e importante.

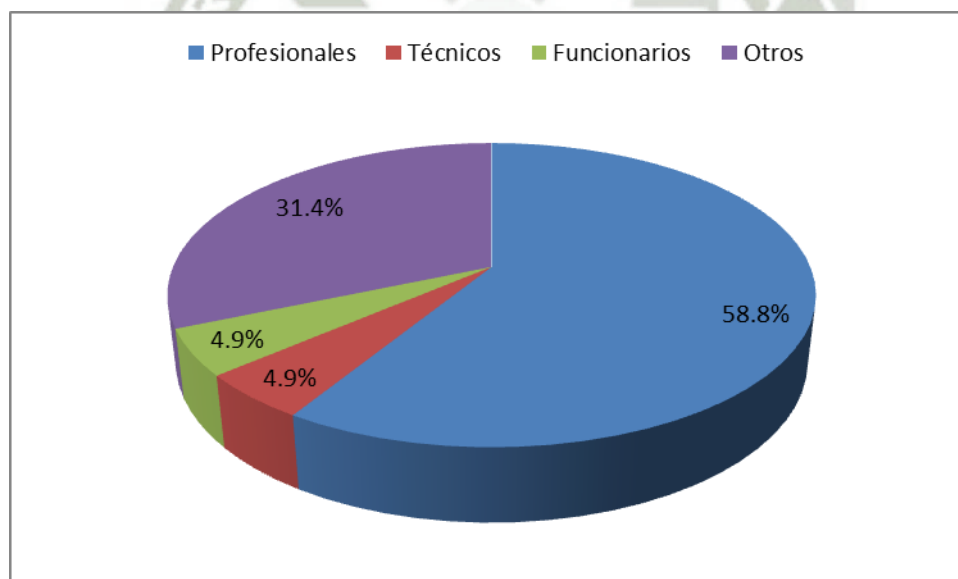


TABLA N° 29: RESPECTO A LA OCUPACIÓN DE LOS HUÉSPEDES

FRECUENCIAS OCUPACIÓN	FR	%
Profesionales	120	58.8
Técnicos	10	4.9
Funcionarios	10	4.9
Otros	64	31.4
Total	204	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 29



Interpretación:

1 Mediante el instrumento aplicado se buscó conocer la ocupación laboral; pero las diferentes especialidades señaladas nos comprometen a formar grupos ocupacionales que

metodológicamente también nos sirve para diferenciar y relacionar las frecuencias de visitantes.

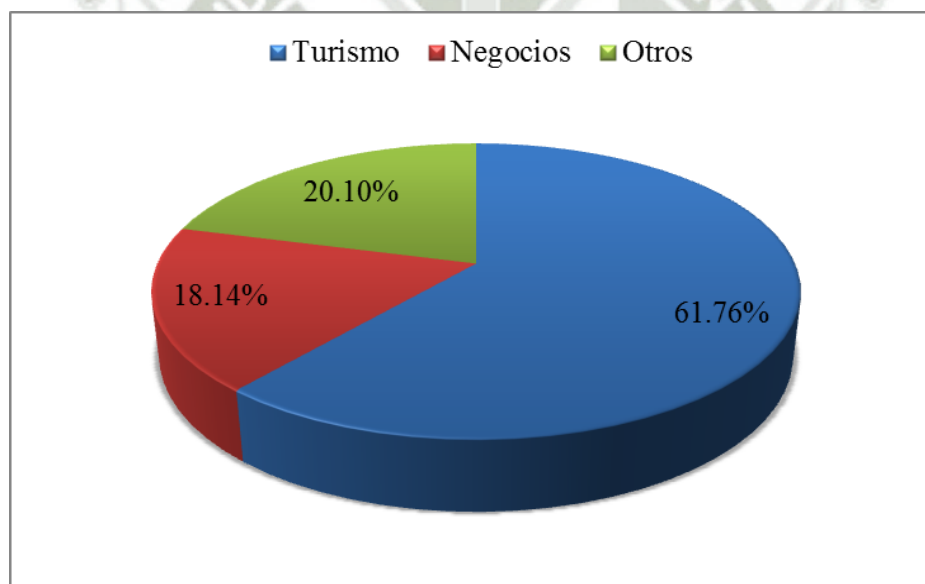
2. Por ello tenemos que los profesionales (como profesores, ingenieros, doctores, enfermera, psicólogos, arquitecto, sociólogo, abogados, sociólogo, etc) cuya frecuencia cuantitativa es 120 personas y constituyen el 58.8%; junto a los Técnicos que son 10 pero porcentualmente representan el 4.9% y están incluidos (Bartender, secretario, técnico, asistente, estilista, aeromoza), nos muestran un grupo interesante del 63.7% que decidieron primero como destino la ciudad de Arequipa y luego de arribar a la Blanca Ciudad; deciden durante su permanencia utiliza los servicios de hospedaje mediante la ocupabilidad de algunos hoteles u hostales, que tienen una primera certificación que los identifica con la calidad durante su estadía.

3. Luego otro grupo importante lo constituyen los Funcionarios 4.9% y todos aquellos que se han identificado como (regidor, director y consejero) representando el 31.4%; que mediante una acumulación de frecuencias, se tendrá que el 36.3% mediante su permanencia en los establecimientos acreditados por el MINCETUR; serán toda la población que con su opinión nos colaboran para señalar sobre la atención brindada; si los servicios y su personal están dejando satisfechos a los huéspedes , o en su defecto por la calificación que indiquen, conocer igualmente en que áreas o departamentos se debe superar para conseguir una mejor opinión de los usuarios, que para los objetivos del hotel u hostel requiere implementar mejor el SABP.

TABLA N° 30: EN CUANTO AL MOTIVO DE VIAJE DE LOS HUESPEDES

FRECUENCIAS		
MOTIVO DE VIAJE	FR	%
Turismo	126	61.76
Negocios	37	18.14
Otros	41	20.10
Total	204	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRAFICO N° 30


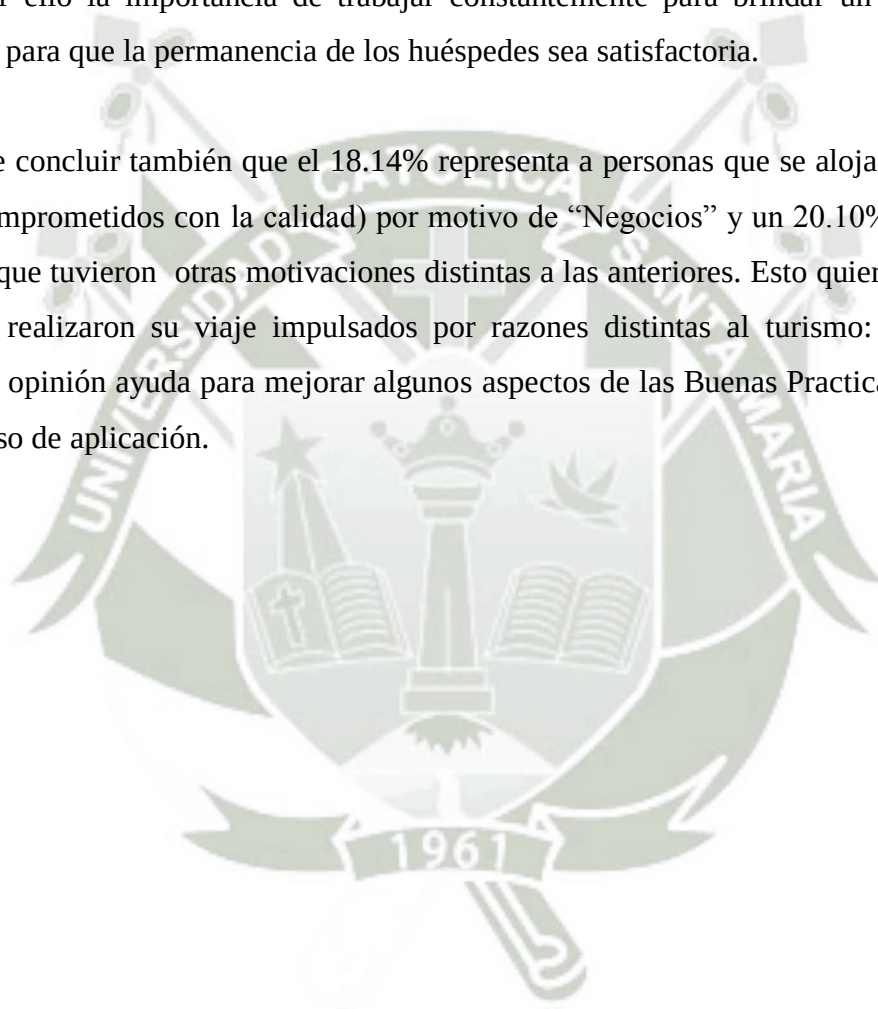
Interpretación:

1. De acuerdo a la encuesta en que se busca conocer el motivo de viaje de los huéspedes atendidos con el SABP (Sistema de Aplicación de Buenas Practicas), en los hospedajes podemos afirmar que la finalidad principal de estos visitantes fue el “Turismo”

representado con un 61.76%, el conocer otros destinos, en el caso de los turistas nacionales y en lo que respecta a los turistas internacionales traen consigo mucha más expectativa y; esto compromete a las personas que laboran en la industria del turismo a mejorar los servicios que ofertan, teniendo en cuenta que los visitantes tienen diversas experiencias de atención en los hospedajes.

2. No olvidarnos que el turismo es una de las actividades que mayores dividendos aporta al Perú, y por ello la importancia de trabajar constantemente para brindar un servicio de excelencia, para que la permanencia de los huéspedes sea satisfactoria.

3. Se puede concluir también que el 18.14% representa a personas que se alojaron en estos hoteles (comprometidos con la calidad) por motivo de “Negocios” y un 20.10% a aquellos huéspedes que tuvieron otras motivaciones distintas a las anteriores. Esto quiere decir, que el 38.24% realizaron su viaje impulsados por razones distintas al turismo: y de todas maneras su opinión ayuda para mejorar algunos aspectos de las Buenas Practicas que están en el proceso de aplicación.



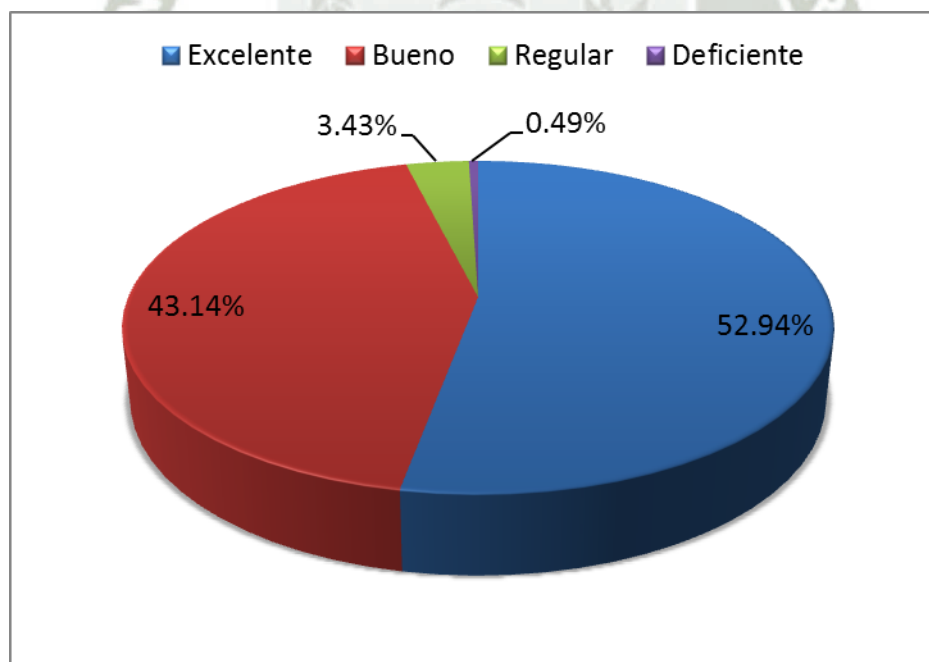
EVALUACIÓN DE LOS SERVICIOS POR ÁREAS

TABLA N° 31: EN LA GESTIÓN DE RESERVAS Y RECOJO DE DATOS

CALIFICACIÓN \ FRECUENCIAS	FR	%
Excelente	108	52.94
Bueno	88	43.14
Regular	7	3.43
Deficiente	1	0.49
Total	204	100

Fuente y elaboración realizada por la propia autora

GRÁFICO N° 31



Interpretación:

1. Los huéspedes que se alojaron en los establecimientos de hospedaje que obtuvieron la ACREDITACIÓN, en la calificación realizada para el aspecto de Reservas y Recepción de acuerdo al sub- indicador “Gestión y Recojo de Datos”; se muestra notorio el puntaje de 52.94% para la calificación “Excelente”; seguidamente se registra un porcentaje menor para la calificación “Bueno” con un 43.14%, los encuestados que manifestaron esta acción se llevó de forma “Regular” fueron 3.43% es decir (siete personas) y por último un 0.49% (una persona) lo evaluó como “Deficiente”.

2. Así, se puede concluir que en esta función realizada por el área de Reservas y Recepción se brinda una eficaz y eficiente labor si se toma en cuenta los valores de calificación más altos “Excelente y Bueno” en que la sumatoria o frecuencias acumuladas es de 96.08% confirma lo mencionado; una frecuencia acumulada de los menores valores porcentuales “Regular y Deficiente” sería de 3.92% que significa aún se debe desarrollar esta tarea.

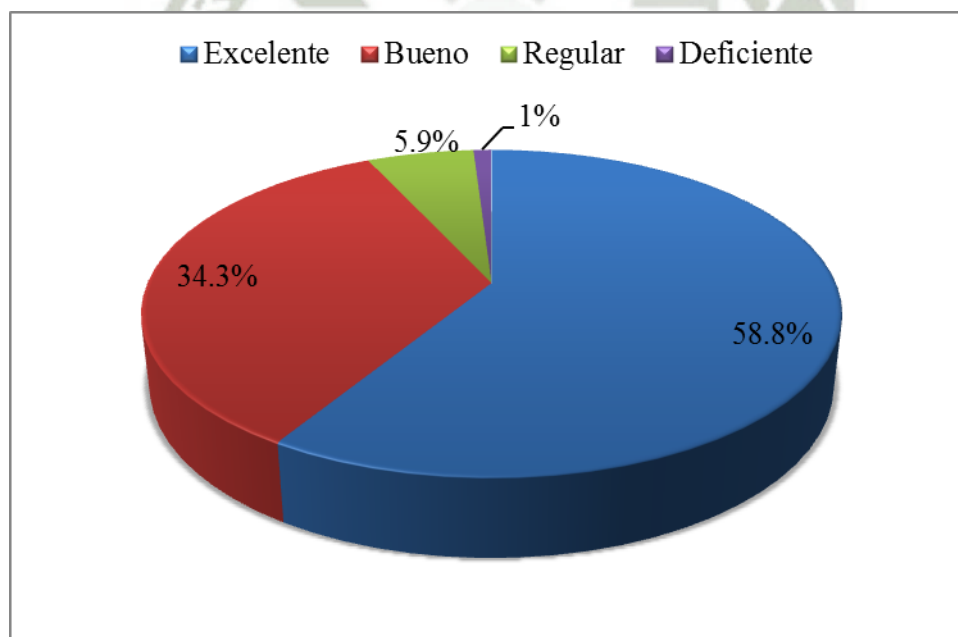
3. Cabe recalcar que mediante el SABP se busca llegar a la excelencia en el servicio de acuerdo a cada uno de sus indicadores, por ello aún se debe trabajar y sumar esfuerzos en este punto para lograrlo; porque así como se tiene empresarialmente, que esa gran mayoría reconozca la gestión de los hospedajes en el camino hacia la calidad de los servicios; también a todos los integrantes de hoteles y hostales acreditados debe preocuparnos que un pequeño número de los visitantes (8) señalen la existencia en el servicio de aspectos negativos.

TABLA N° 32: EN ATENCIÓN Y CORTESÍA DEL RECEPCIONISTA

CALIFICACIÓN \ FRECUENCIA	FR	%
Excelente	120	58.8
Bueno	70	34.3
Regular	12	5.9
Deficiente	2	1.0
Total	204	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 32



Interpretación:

1. En lo que respecta a la “Atención y Cortesía del Recepcionista” en los hoteles que son estudio de la investigación, se tiene que un 58.8% considera con calificación “Excelente” este aspecto, es decir que el cliente mide también la calidad del servicio en función de las actitudes y conductas de las personas con las que trata; con un 34.3% ratifican que el servicio fue “Bueno”, un 5.9% lo calificó como “Regular” y 1.0 % de los encuestados da un puntaje “Deficiente”.

2. Es importante mencionar que la atención que brinda el recepcionista, es vital en el proceso, primero por ser el Área de continuo contacto con el huésped, que él tomará en cuenta a la hora de evaluar el servicio, asimismo recae en el recepcionista, la tarea de resolver todas las inquietudes, problemas o fallas que puedan suscitarse durante la estadía del pasajero.

Por ello es relevante que los directivos a la hora de contratación del personal que laborará en el establecimiento hotelero realicen un riguroso análisis para contar con el personal que pueda manejar de la mejor manera y desenvolver sus habilidades y aptitudes en los momentos de urgencia o dentro de la actividad normal del servicio.

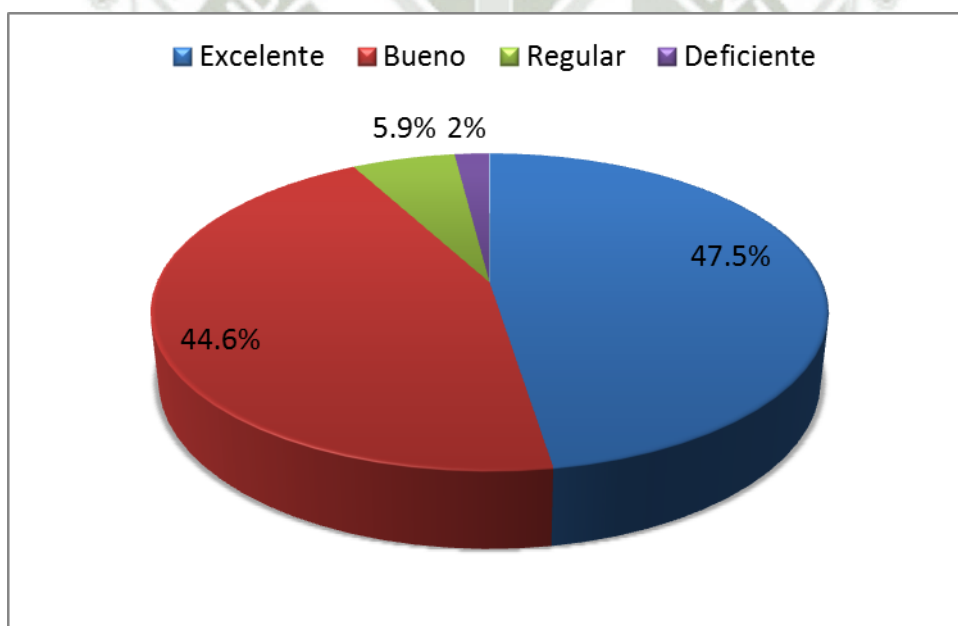
3. Las estadísticas también muestran frecuencia acumulada de 93.1% entre las calificaciones “Excelente y Bueno” siendo evidentes, que fueron las calificaciones más elevadas, lo que indica que la atención y cortesía del recepcionista es óptima en los hoteles avalados por el SABP. En este sentido el huésped dejó claro que un hotel u hostel debe de contar con una plantilla de personal capacitada, pero sobre todo, debe ser un recurso humano que les agrade la vocación de atención al público, la sonrisa constante, y personas con vocación hospitalaria.

4. Necesariamente encontramos huéspedes que señalan mediante su calificación de Regular y sobretodo Deficiente (el 1.0%), que algunos hospedajes requieren mayor capacitación y compromiso de atender de la mejor manera a los huéspedes, tan sólo aplicando siempre lo señalado por el SABP.

TABLA N° 33: EN TRASLADO DE PERSONAS A LAS HABITACIONES

FRECUENCIA CALIFICACIÓN	FR	%
Excelente	97	47.5
Bueno	91	44.6
Regular	12	5.9
Deficiente	4	2.0
Total	204	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 33


Interpretación:

1. Los prestadores de servicios hoteleros que obtuvieron el reconocimientos SABP respecto al “Traslado de los huéspedes a las habitaciones”, alcanzaron una ponderación de 47.5% “Excelente”, con 44.6 % (91 personas) lo calificaron como “Bueno” demostrando una leve

diferencia entre ambas; las calificaciones restantes “Regular” y “Deficiente” obtuvieron 5.9% y 2.0% respectivamente.

2. Las frecuencias acumulativas de los valores porcentuales mayores representan un 92.16 %, esto quiere decir, que en este punto la mayoría de huéspedes ratifican que el traslado se efectúa de manera apropiada; afirmando que se sintieron complacidos al momento de desplazamiento a sus correspondientes habitaciones.

Y una frecuencia acumulativa de valores porcentuales menores 7.84 % dentro de estos se encuentran las calificaciones “Regular y Deficiente” (16 personas), demostrando la insatisfacción de este número de huéspedes, algo en lo que se debe seguir trabajando.

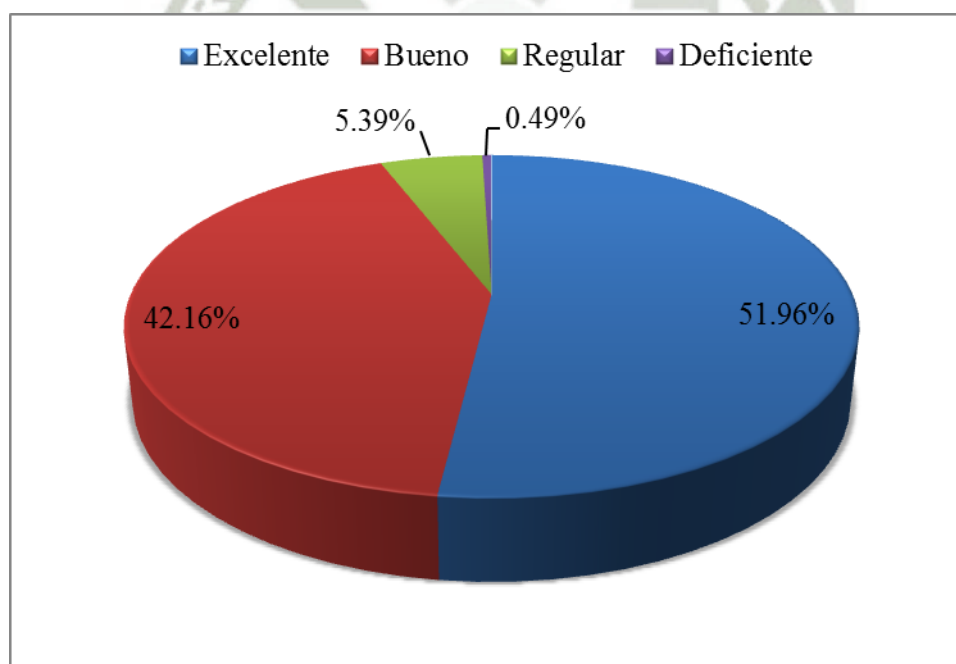
3. Teniendo en cuenta que el desplazamiento a las habitaciones se realiza instantes después del check in (entrada del huésped) y que este debe ser idóneo por ser el primer encuentro entre el usuario y el hotel u hostel, el segunda paso es el traslado a las habitaciones que se debe llevar de la misma manera, por ser la presentación del establecimiento ante el huésped; logrando que se sienta cómodo desde la primera instancia. Si analizamos la intencionalidad del SABP para los hospedajes; es que los usuarios no tengan la oportunidad de quedar insatisfechos con algún aspecto del servicio; es sumamente preocupante que sobre esta característica en la atención encontremos que son cuatro huéspedes que han evaluado como deficiente el traslado a las habitaciones, lo que significa la primera experiencia en el visitante que lo incomoda.

TABLA N° 34: EN ATENCION DURANTE LA ESTADIA

CALIFICACIÓN \ FRECUENCIA	FR	%
Excelente	106	51.96
Bueno	86	42.16
Regular	11	5.39
Deficiente	1	0.49
Total	204	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 34



Interpretación:

1. Los huéspedes encuestados de estos establecimientos comprometidos con la Calidad; en cuanto a la “Atención durante su estadía” se refiere, las calificaciones en la escala de valoración fue de 51.96% “Excelente” exponiendo que se logró superar las expectativas y satisfacer a 106 personas de los encuestados, el 42.16% lo estimaron como “Bueno”, el 5.39% recibió la valoración “Regular” y por ultimo un 0.49% para “Deficiente”.

2. Se puede exponer entonces, que la frecuencia acumulativa de los valores más altos es 94.12% para las calificaciones “Excelente y Bueno” y el restante que corresponde a 5.9 % pertenece a calificaciones “Regular y Deficiente”. Se expondrá en este punto que el cumplimiento del hospedaje no alcanza a satisfacer y superar las necesidades de sus clientes, en cuanto a la atención en su estadía, causa las llamadas carencias, y son estas que traen consecuencias como el “boca en boca”, ya que un cliente insatisfecho comunica el estado de sus expectativas a muchas más personas que cuando logra la satisfacción del servicio.

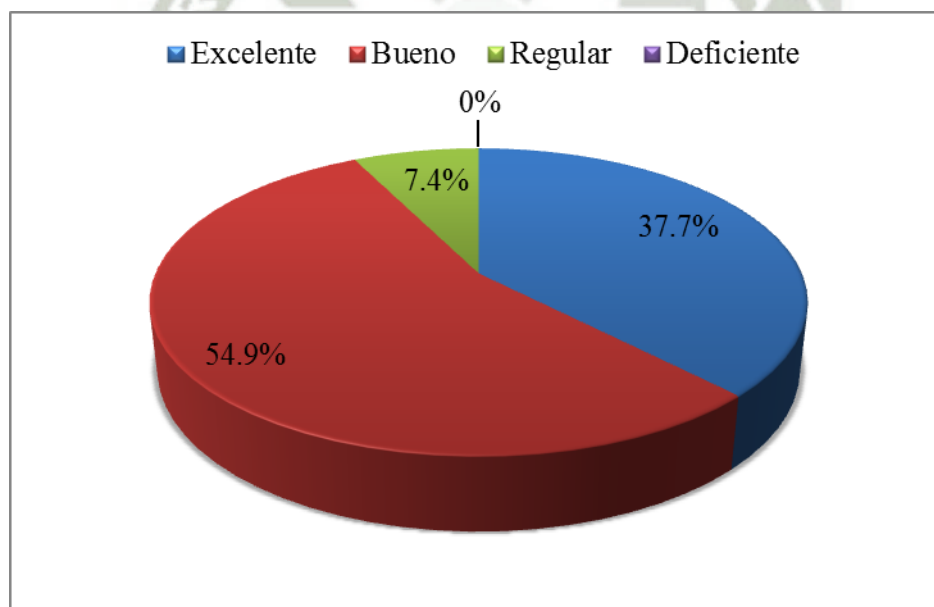
3. Además, para este indicador es sustancial mencionar que la percepción del visitante será lo que determine la calidad del servicio que recibe, acorde con la experiencia de disfrute y satisfacción durante su estadía. En este sentido son los directivos junto a sus colaboradores que están involucrados en la prestación del servicio de hotelería orientar el trabajo a la mejora continua, considerando las necesidades y aspiraciones del cliente; luego comprendiendo que las satisfacciones logradas en el cliente sirven para posicionar a un hotel u hostel en los diferentes segmentos de mercado, logrando un producto competitivo y con beneficios para este.

TABLA N° 35: EN ATENCION DEL TELÉFONO

FRECUENCIA CALIFICACIÓN	FR	%
Excelente	77	37.7
Bueno	112	54.9
Regular	15	7.4
Deficiente	0	0
Total	204	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 35



Interpretación:

1. Los huéspedes que utilizaron los servicios de estas empresas hoteleras, evaluaron la atención al teléfono con las siguiente puntuación: un notable 54.9% para la calificación “Bueno”, lo que indica que en estos hospedajes se está ejecutando la prestación de manera efectiva pero aun no llega a ser superior, un 37.75% de modo “Excelente” y por ultimo con un valor de 7.35% “Regular”. Cabe mencionar que en este ítem no existe valoración para “Deficiente”.

2. La sumatoria de las calificaciones “Excelente y Bueno” hacen un total de 92.65%, esto significa que los encuestados consideran de la atención al teléfono esta por alcanzar los estándares de calidad otorgados por el MINCETUR.

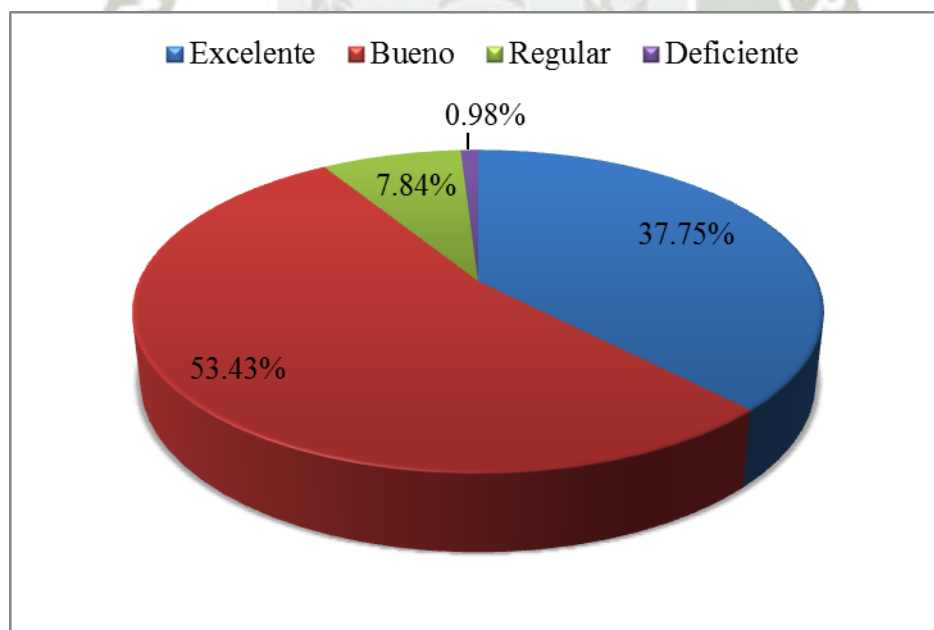
3. Es necesario señalar que el teléfono, es uno de los medios de comunicación más empleados en el sector hotelero, ya que sirve para efectuar las reservas, por lo tanto es la oportunidad precisa de captación del posible cliente-huésped; he allí que radica su trascendencia, este indicador que a pesar de ser intangible consigue atraer a los pasajeros que optaron por estas organizaciones. Así al momento de efectuarse la comunicación telefónica el personal debe ser atento y brindar toda la información que se solicite de manera clara y precisa.

**TABLA N° 36: RESPECTO A PROPORCIONAR INFORMACION DE OTROS
SERVICIOS Y LUGARES TURÍSTICOS**

FRECUENCIA CALIFICACIÓN	FR	%
Excelente	77	37.75
Bueno	109	53.43
Regular	16	7.84
Deficiente	2	0.98
Total	204	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 36



Interpretación:

1. Los visitantes que fueron encuestados para conocer la percepción que tuvieron en cuanto a proporción de información de otros servicios y lugares turísticos, un 37.75% calificó este aspecto como “Excelente”, 53.43% como “Bueno”, las calificaciones “Regular” y “Deficiente” obtuvieron la puntuación más baja con 7.84% para el primero y 0.98% para el segundo.

2. Siendo notable que los puntajes más altos fueron “Excelente” y “Bueno” se aprecia que esta función los huéspedes lo valoraron con un 91.18%; frecuencia acumulada.

3. Este aspecto que pertenece al Área de Recepción y que no se ha tomado en cuenta como en otras ocasiones como parte de las funciones del recepcionista, sin embargo se toma como estimación para el huésped a la hora de evaluar el servicio en general, es por esa razón que se debe atender los pedidos en cuanto a todo tipo de información requiera el cliente. Por tener un impacto directo huésped-servicio tendrá valor para el usuario.

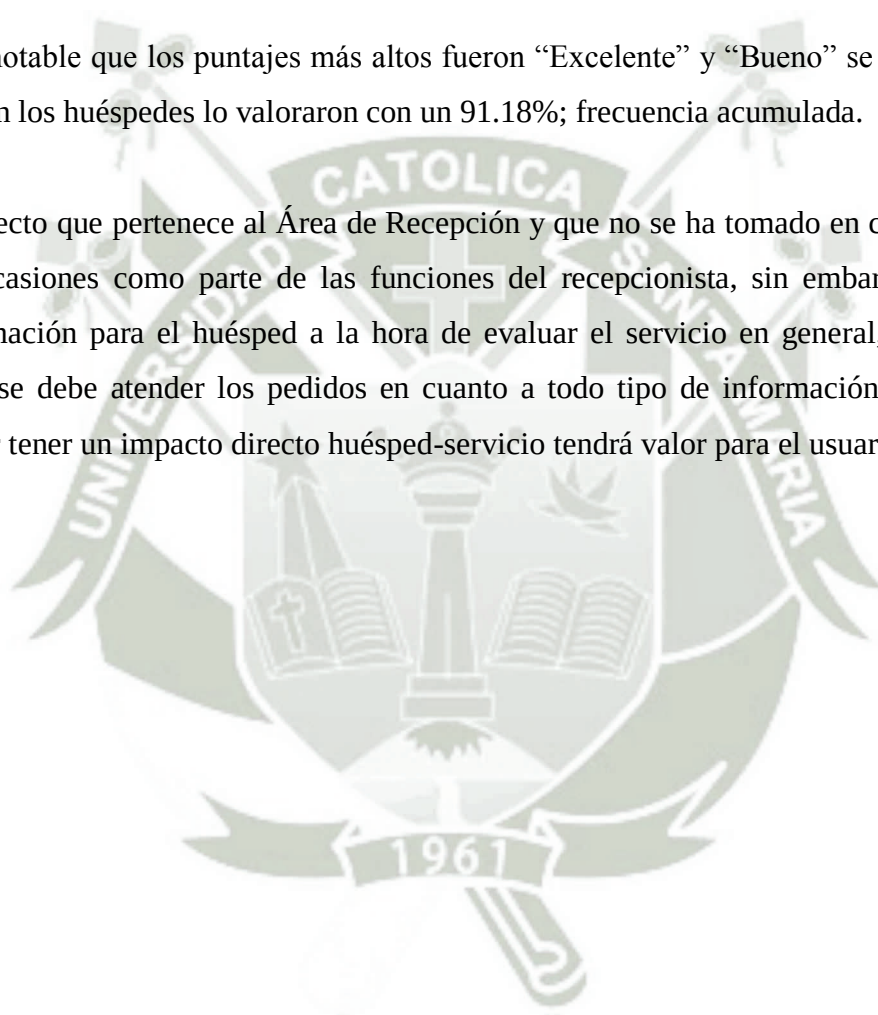
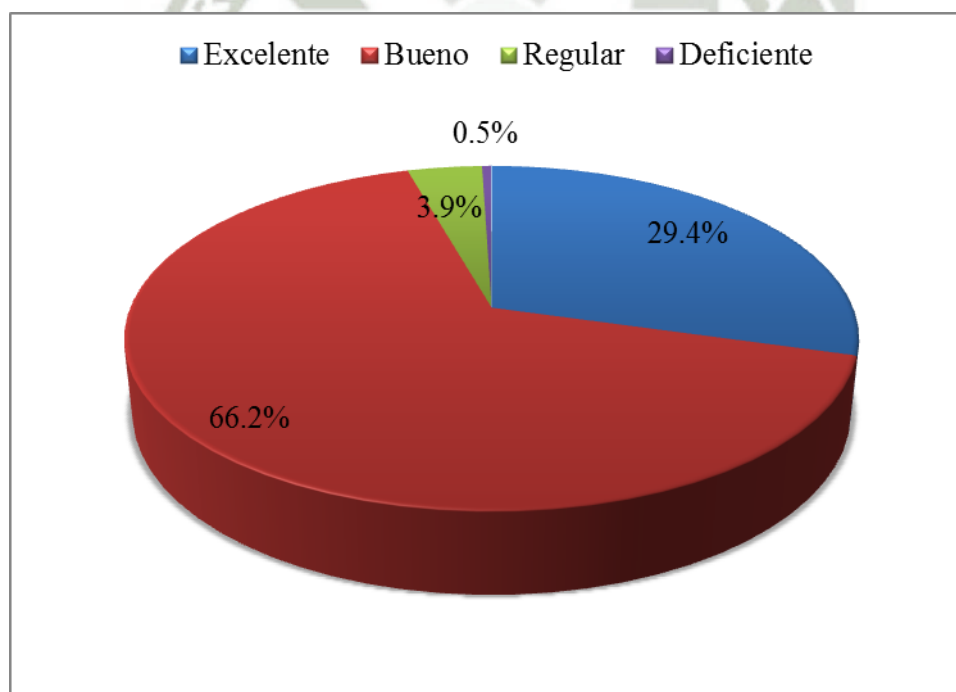


TABLA N° 37: EN LA FACTURACIÓN DE GASTOS

CALIFICACIÓN \ FRECUENCIA	FR	%
Excelente	60	29.4
Bueno	135	66.2
Regular	8	3.9
Deficiente	1	0.5
Total	204	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 37



Interpretación:

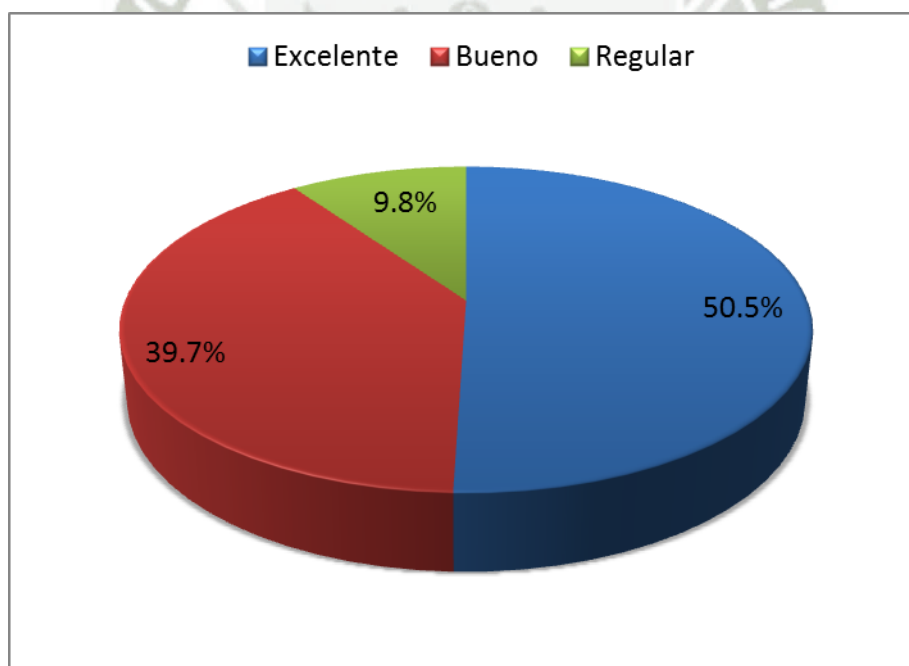
1. Sobre la facturación de gastos en la encuesta realizada se encuentra que para la mayoría de huéspedes se califica con 66.18% “Bueno”; el segundo mayor porcentaje con 29.41% para “Excelente” y los menores puntajes “Regular” con valoración con 3.92% y 0.49% “Deficiente”.
2. Se sabe que este aspecto es una parte del proceso que pertenece al check out (salida del huésped), podríamos por lo tanto concluir que el 95.6% constituye una mayoría muy significativa e importante que afirman se sintieron satisfechos en relación al lapso de tiempo y el pago efectuado, finalizando con este documento de operación mercantil donde se encuentran reflejados la información de compra-venta, luego finalizando con la despedida grata y cordial por parte del recepcionista.
3. Señalaremos que la prestación de un servicio de calidad que espera superar las expectativas del cliente que se da desde su entrada hasta la partida definitiva del hotel u hostel.

TABLA N° 38: RESPECTO A CAMAS CONFORTABLES Y RESISTENTES

CALIFICACIÓN \ FRECUENCIA	FR	%
Excelente	103	50.5
Bueno	81	39.7
Regular	20	9.8
Deficiente	0	0
Total	204	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 38



Interpretación:

1. En la puntuación otorgada evaluando camas confortables y resistentes la máxima ponderación de 50.5% representa la calificación “Excelente” siguiendo con 39.71% “Bueno” y por ultimo un 9.8% “Regular”.

2. Ninguno de los encuestados marco “Deficiente” en este indicador. Se muestra que la frecuencia acumulada de los mayores valores da un total de 90.2% lo que se concluye en cuanto a las camas de los establecimientos que trabajan siguiendo los conceptos de SABP brinda la comodidad esperada.

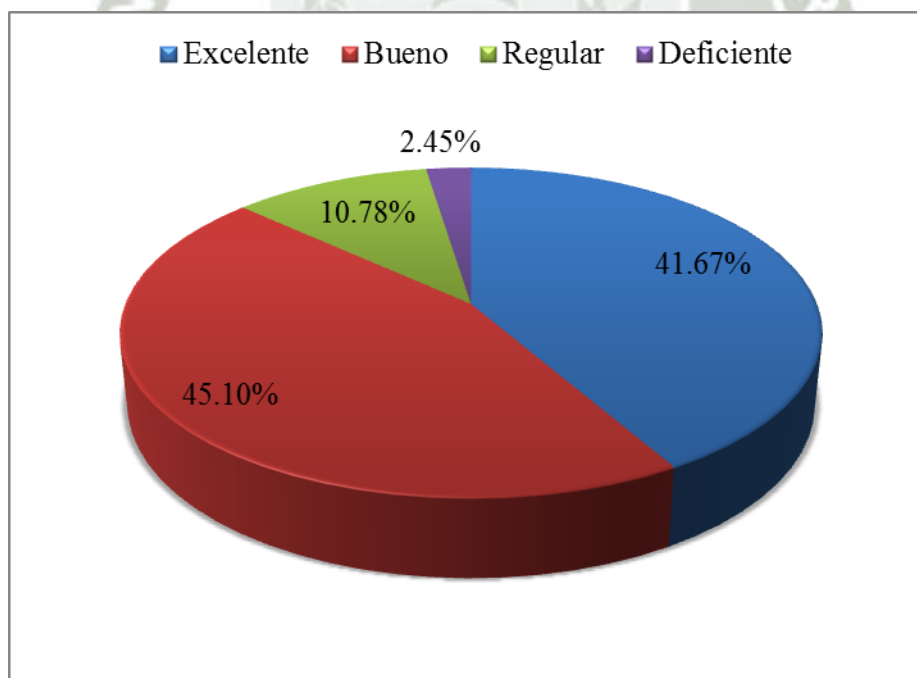
3. Ante eso vale resaltar que el principal motivo que conduce a un visitante el adquirir el servicio de alojamiento es la necesidad del pernocte y busca que este sea adecuado a su situación o estado y que le propicie el descanso anhelado después de realizar las actividades e itinerarios en el país visitado. Además hoy en día los visitantes procuran encontrar en su alojamiento todas las necesidades que van más allá del pernocte.

TABLA N° 39: RESPECTO AL AMBIENTE CÁLIDO E ILUMINACIÓN

FRECUENCIA CALIFICACIÓN	FR	%
Excelente	85	41.67
Bueno	92	45.10
Regular	22	10.78
Deficiente	5	2.45
Total	204	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 39



Interpretación:

1. El ambiente que ofrece un establecimiento de hospedaje acreditado por el SABP debe reunir condiciones de calidez e iluminación apropiados tanto dentro de las habitaciones como fuera de ellas es así que estos hoteles según la opinión de sus clientes que aseguran para este ítem un 41.67% “Excelente”, con la ponderación más alta un 45.10% “ Bueno” y la frecuencia acumulada de estas calificaciones da un 86.77% demostrando notablemente que estas propiedades se dan en gran parte de las instalaciones de estos establecimientos.

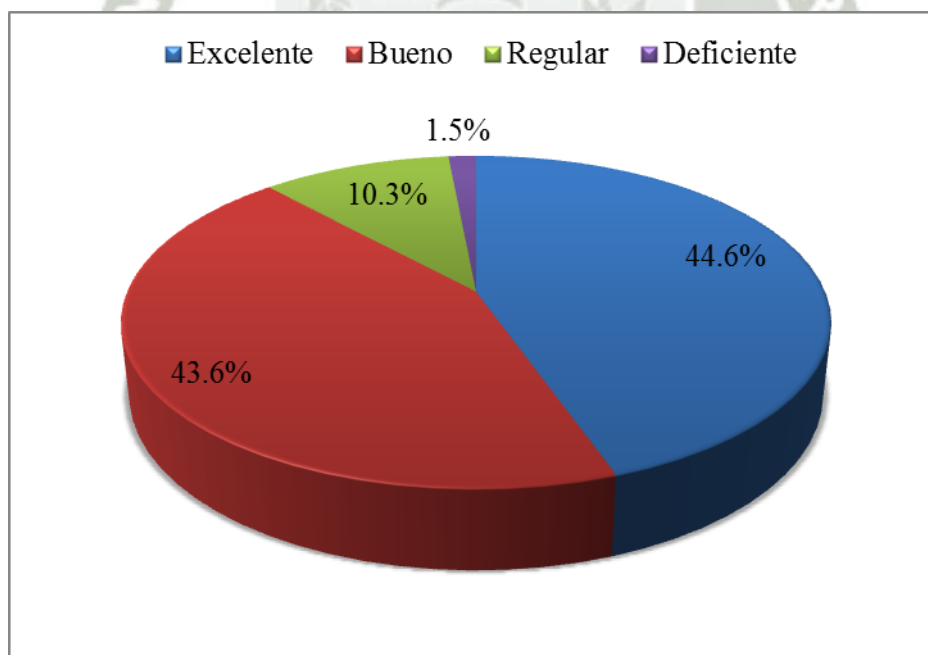
2. El 10.8% se refiere a la calificación “Regular” y 2.5% “Deficiente” con una frecuencia acumulada de 13.3% que indica que aún se debe trabajar para la entrega de un servicio excelente, que invita retornar en una próxima ocasión.

3. Cabe mencionar en este punto, que los clientes lo consideran por ser parte de la imagen que el hotel quiere proyectar en ellos de un ambiente que les brinde la sensación de sentirse como en casa y darle el valor agregado que el huésped espera.

TABLA N° 40: RESPECTO A HABITACIONES SEÑALIZADAS

FRECUENCIA CALIFICACIÓN	FR	%
Excelente	91	44.6
Bueno	89	43.6
Regular	21	10.3
Deficiente	3	1.5
Total	204	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 40


Interpretación:

1. Una de las medidas de seguridad es tener las habitaciones señalizadas, además el uso de señales sirve para el control de la comunicación e información de prevención. El 44.6% de los encuestados encontró una “Excelente” señalización en los hoteles u hostales, el 43.6% calificación “Bueno”.

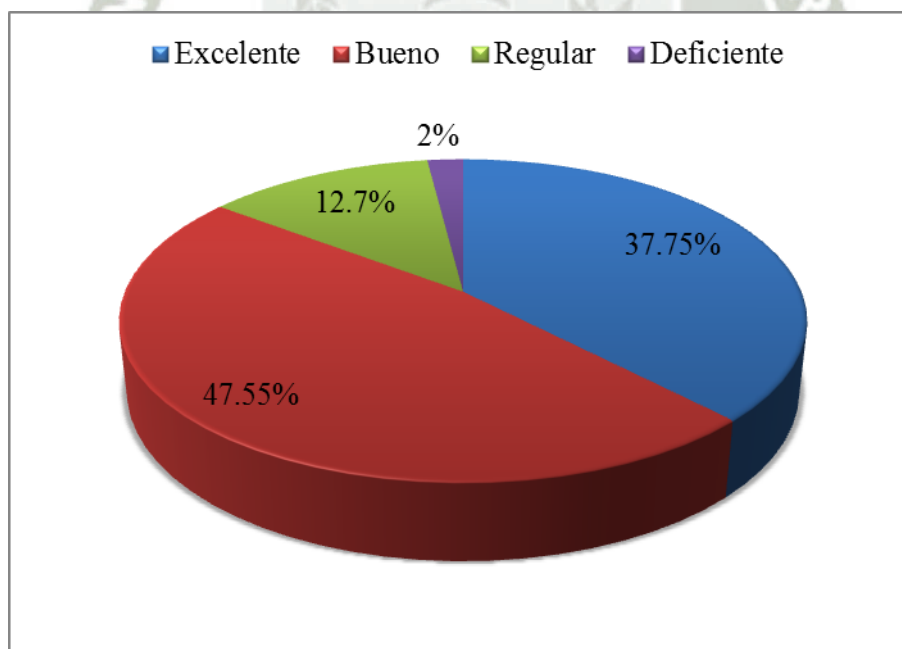
2. La frecuencia acumulada de ambos valores es un 88.2%, que corrobora se encuentran debidamente señalizadas. El 10.3% evaluó con calificación “Regular” y el 1.5% la minoría como “Deficiente”; estas dos frecuencias ultimas que constituyen el 11.8% (24 huéspedes) hace notar lo importante es un hospedaje de tener los espacios señalizados, para no cometer errores circunstanciales.

3. Cabe decir que una correcta señalización ayuda a la ágil localización y desplazamiento del usuario por los diferentes ambientes o áreas del hotel.

TABLA N° 41: RESPECTO A USO DE CORTINAS

FRECUENCIA CALIFICACIÓN	FR	%
Excelente	77	37.75
Bueno	97	47.55
Regular	26	12.7
Deficiente	4	2.00
Total	204	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 41


Interpretación:

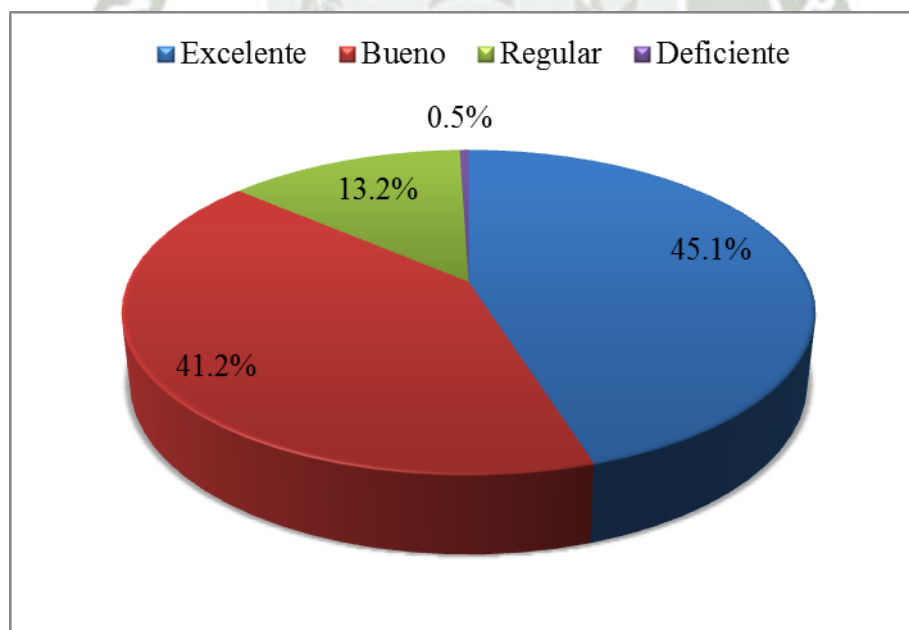
1. La utilización de este implemento también tuvo una puntuación siendo la mayor calificación “Buena” con 47.55%, seguidamente “Excelente” con 37.75%. La sumatoria de los mas altos puntajes indicaría un valor porcentual de 85.3% lo que demuestra que el uso de cortinas además de ser un elemento decorativo y ambientar los espacios de la habitación es un factor que el huésped también aprecia.
2. Valores menores obtuvieron las calificación “Regular” con 12.75% y “Deficiente” 1.46%, haciendo un total de 30 huéspedes revelando que existe un servicio incorrecto que debe ser solucionado en algunos establecimientos.
3. Con respecto a este ítem los huéspedes opinan que las cortinas aportan elegancia y privacidad creando ambientes cálidos siempre y usando estas vayan acorde y sintonía con el resto de la decoración. Y al optar por su uso se debe tener bajo consideración la cantidad de luz que se quiere posean las habitaciones, donde mientras más calidez se ofrezca más espaciosa y elegante; la limpieza de estos también es clave para el visitante ya que denotará la preocupación del establecimiento por la higiene, conservación, mantenimiento y cuidado de sus instalaciones.

TABLA N° 42: RESPECTO A BAÑOS CON IMPLEMENTOS BÁSICOS

CALIFICACIÓN \ FRECUENCIA	FR	%
Excelente	92	45.1
Bueno	84	41.2
Regular	27	13.2
Deficiente	1	0.5
Total	204	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 42



Interpretación:

1. En el siguiente grafico referente a los baños con implementos básicos, de los hoteles y hostales, de los encuestados un 45.1% califico “Excelente” un porcentaje considerable que expone, los huéspedes estiman un servicio correcto y magnifico siguiendo con la valoración con un 41.2 “Bueno”. Las más altas calificaciones poseen una frecuencia acumulada de 86.28% que significa que los usuarios en este indicador, aprueban la implementación de los servicios higiénicos en sus habitaciones.

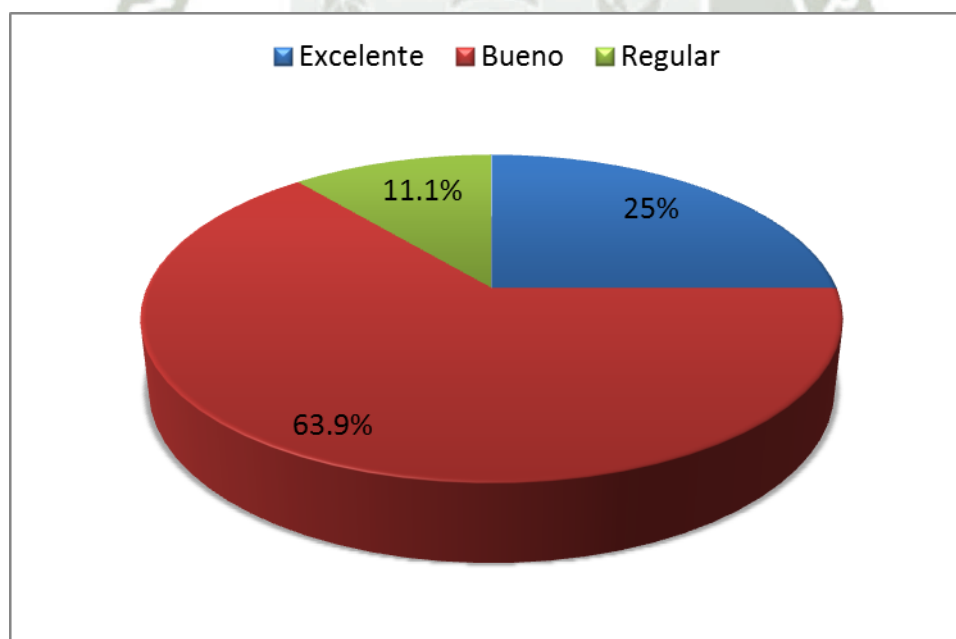
2. Un puntaje inferior lo obtuvieron calificaciones “Regular” 13.2% y “Deficiente” 0.5%. Manifestando que la mayoría de huéspedes perciben que los implementos básicos en los baños son más que adecuados; encontrando lavabo de manos, inodoro, ducha. toallas, ventana, etc.

3. Y la minoría que encontró el servicio Regular y Deficiente se debió más bien a algunas fallas técnicas. Cabe mencionar, que hoy en día estos hoteles toman interés por brindarle al cliente, en los baños más que los implementos habituales, distribuyendo en sus servicios higiénicos “Ameties” que son accesorios o productos de cortesía que se envían a confeccionar o elaborar para darle un toque único y un plus al servicio que ofrecen; entre los más frecuentes están el shampoo, acondicionador, pastilla de jaboncillo.

TABLA N° 43: EN EL SERVICIO DE LAVADO Y PLANCHADO

FRECUENCIA CALIFICACIÓN	FR	%	%
Excelente	18	8.8	25.0
Bueno	46	22.5	63.9
Regular	8	3.9	11.1
Deficiente	0	0	0
Total	72	35.3	100
No usaron el servicio	132	64.7	
Total	204	100	

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 43


Interpretación:

1. El servicio de lavado y planchado en los hospedajes que han aplicado los conceptos SABP muestran una figura interesante, respecto a la opinión de sus encuestados; el mayor valor un 63.89% manifestó “Bueno”; un 25% opino del servicio “Excelente” y con tan solo 11.1% la minoría manifestó de “Regular” el servicio.

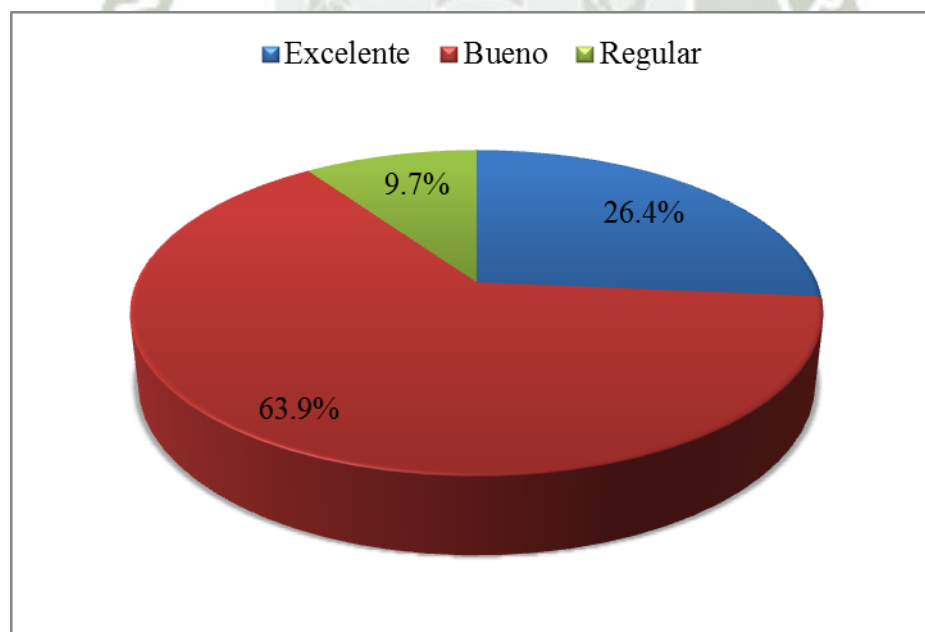
2. Se destacara que respecto a este aspecto ninguno de los encuestados valoró como “Deficiente” el servicio, asimismo es necesario aclarar que de los 204 encuestados respondieron a esta pregunta sólo 72 personas. Las otras 132 personas reservaron su calificación por no haber hecho uso del servicio, durante su estancia.

3. Este servicio en los establecimientos hoteleros pertenece a las funciones que desempeña el Área de Housekeeping , en las empresas hoteleras conocidas como MYPES en la mayoría de ellas se da como servicio externo, que es trabajado con un proveedor confiable así el servicio se brinda como adicional y posee un costo.

TABLA N° 44: ES PUNTUAL Y DE CALIDAD

CALIFICACIÓN \ FRECUENCIA	FR	%	%
Excelente	19	9.3	26.4
Bueno	46	22.5	63.9
Regular	7	3.4	9.7
Deficiente	0	0	0
Total	72	35.3	100
No usaron el servicio	132	64.7	
Total	204	100	

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 44


Interpretación:

1. De la misma manera que en la figura anterior, este punto se trabaja con un total de 72 personas que representan el 100%; de quienes si utilizan el servicio así el 63.89% mayor valor porcentual calífico como “Bueno” la Puntualidad y calidad del servicio de lavandería, un 26.4% opino del servicio “Excelente” y “Regular” con 9.7%; no hicieron uso del servicio 132 personas que denominaremos también como valores perdidos.

2. La puntualidad es un factor que el huésped valora considerablemente, por el hecho de estar por largos periodos de tiempo fuera de casa, requieren de este servicio sobre todo por las actividades que realizan durante su visita; es para ellos fundamental que sus prendas estén a la hora precisa.

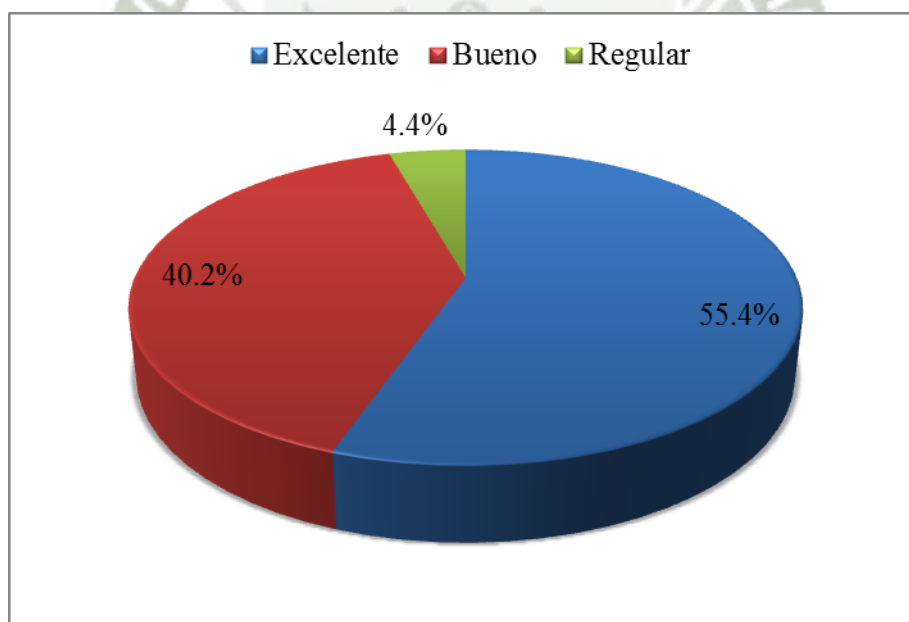
3. En tanto la calidad se basa en el buen trato de sus prendas, en lo que respecta al lavado y que sean entregadas en perfectas condiciones. Por la experiencia que se tiene personalmente al haber laborado en un establecimiento hotelero, podríamos decir que en el grupo de los 72 huéspedes que dieron su opinión, están aquellos usuarios que el motivo de su viaje y estadía se efectuó por negocios y naturalmente se hacen más presentes la necesidad del servicio de lavado de prendas personales debido a sus posibles actividades comerciales.

TABLA N° 45: RESPECTO A LA COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN INMEDIATA

CALIFICACIÓN \ FRECUENCIA	FR	%
Excelente	113	55.4
Bueno	82	40.2
Regular	9	4.4
Deficiente	0	0
Total	204	100

Fuente y elaboración realizada por la autora

GRÁFICO N° 45



Interpretación:

1. El último aspecto que se tomó en cuenta en esta evaluación de la satisfacción del huésped con el servicio brindado en hoteles acreditados con el SABP, acerca de la comunicación y atención inmediata en donde un 55.39% pondero de “Excelente” el servicio, un 40.2% califico como “Bueno” y por ultimo un 4.41% “Regular”, ninguna persona calificó de “Deficiente” el servicio, esto quiere decir la preocupación que tienen los establecimientos por atender adecuadamente a sus clientes.
2. La importancia de las habilidades de la comunicación verbal y no verbal en la industria hotelera radica en mejorar la experiencia para que el cliente o huésped que se le escucha, tiene en cuenta su opinión y a la vez recibe mensajes claros.
3. Además la comunicación digital u otros medios de comunicación utilizando un lenguaje claro retornará en un mayor beneficio para el hotel dejando impresionado al huésped; para ello es imprescindible formar al personal constantemente, ya que la comunicación es un arte que se aprende; en muchas ocasiones será apropiado manejar el asunto con prudencia y de manera sutil con el adecuado comportamiento.
4. La opinión del usuario una vez más resulta importante y fortificante, porque al valorar como Excelente y Buena la comunicación y atención al personal, ayuda a encontrar que este aspecto del servicio se suma a otras valoraciones positivas que tienen los huéspedes sobre estos hospedajes acreditados por el SABP, pudiendo calificarse como una fortaleza destacable de la organización y gestión, que ofertan aquellos hoteles u hostales, que sin tener la mayor jerarquía o categorización, son un ejemplo de servicio elegible para cualquier visitante que haya elegido conocer y disfrutar su estadía en Arequipa.

DISCUSIÓN

1. El trabajo de Investigación realizado nos presenta un primer aspecto para la discusión, con la cantidad de establecimientos de hospedaje que recibieron la invitación del organismo nacional (MINCETUR), para ser actores involucrados en el propósito de tener a un turista satisfecho por su visita al país y especialmente a la ciudad de Arequipa, tratando que el mismo visitante repita la experiencia en una posterior ocasión, pero también transmita esa vivencia a otro potencial turista o huésped.

- En este contexto el Plan Nacional de Calidad Turística. CALTUR, incentiva el desarrollo de las MYPE en el sector turismo y del cual forma parte importante los hoteles u hostales, que no están incluidos en las grandes cadenas de servicio de hospedaje.
- A través de procesos de mejora continua y la Aplicación de las Buenas Prácticas, diseñadas mediante el SABP; aquellas empresas que según el estudio efectuado, encontramos que son de tipo familiar o personal por la inversión y estructura organizativa, entendemos que han surgido por la necesidad de un empleo y desarrollo propio, para la estabilidad económica y emocional de las familias; pero el resultado de haberse programado las fases de autoevaluación, capacitación, aplicación de mejoras y un primer paso a la “**Certificación**” nos sitúa que un universo estimado de 150 hospedajes, fueron un número reducido los que finalmente desarrollaron con su presencia la teoría y práctica de lo que representa al Sistema de Aplicación de Buenas Practicas (SABP) y que actualmente les permite tener el “**Certificado de Acreditación**”.

Sin embargo la **realidad contradictoria** que nos invita a generar un debate o discusión; es que de once (11) establecimientos con la denominación y categorización de hoteles u hostales; se verificó que solo **dos (2)**, empresas de las que han recibido la certificación SABP, han cumplido

responsablemente en trabajar e incorporar positivamente los 69 aspectos que mediante la aplicación de la **“Ficha Técnica de Verificación”** en campo, han demostrado un valioso avance y desarrollo que los acredita a ser parte del CALTUR (Calidad Turística). Se plantea entonces la necesidad de apoyar, más a las 9 empresas restantes en el objetivo de ser competitivas, debiendo por lo tanto fortalecer sus experiencias para continuar en el cambio y mejora; tener una eficiente gestión, en beneficio de sus colaboradores y usuarios turistas.

2. El segundo aspecto que induce abordar en el debate académico que propicia la investigación efectuada; se vincula a resaltar que la opinión de los gestores y colaboradores del servicio de hospedajes se manifiesta que después de la capacitación se han logrado aspectos positivos como el haber mejorado la calidad del servicio y tener a un personal motivado, que ahora está más comprometido en lograr los objetivos trazados como el ayudar en reducir los costos y mejorar el proceso de atención mediante las Buenas Prácticas; resulta favorable que para el 90.9% del personal de los hospedajes, el capacitarse se ha considerado como adecuado, prioritario y necesario, lo que implica una suma de razones o argumentos, por los cuales debe ser permanentemente el asesoramiento y apoyo del organismo gubernamental (MINCETUR); todo el proceso ha conducido reiteramos a mejorar la calidad del servicio, que además plantea el deseo de capacitarse continuamente para conocer las innovaciones en el mercado hotelero.

La edad de los trabajadores que su mayoría representan el 78.6%, son jóvenes, constituye un valioso capital humano que posibilita programar diversas acciones, que tienen correspondencia con lo que otros estudiosos denominan como **“ Gestión del Talento Humano”**, porque su presencia laboral dinamiza el desarrollo empresarial que propone la implementación y aplicación del SABP.

Podríamos referir como un breve resumen que lo positivo del SABP, mediante la evaluación y capacitación, señala que es un “Proceso Importante” y “Muy Útil”, que integrado con los conceptos de “Necesario” y “Beneficioso”, definen el éxito y desarrollo para una empresa hotelera que se vincula al crecimiento de la actividad turística.

Sin ser necesariamente una contradicción, es conveniente hacer referencia a la **“Preocupación”**, que conduce cuando en los resultados de la opinión proporcionada por los huéspedes y que en su mayoría son turistas; se conoce que un 12.35% de ellos tiene una calificación bajo los conceptos de **“Regular”** y **“Deficiente”** del servicio que ha recibido durante su estadía en el hospedaje. Entonces para la interpretación de nuestra investigación, ello constituye un reto en la gestión, que debe resolverse empresarialmente, porque otro dato proporcionado por el estudio nos indicó que únicamente **dos (2)** de los once (11) establecimientos, habían asumido de manera totalmente responsable, con implementar y aplicar las Buenas Prácticas, que se refleja en la calidad de los servicios como un producto tangible que deja plenamente satisfecho al usuario, huésped o turista.

CONCLUSIONES

PRIMERA: En el servicio turístico de hospedaje a través de los establecimientos de hoteles y hostales, que han logrado tener la **Certificación de Buenas Prácticas**, permite señalar como una **peculiaridad o característica diferencial** relacionada con el SABP; que la **Gestión del Servicio** a través de los Departamentos y Áreas, está mejor implementada y demuestra la responsabilidad empresarial para mejorar la atención a los usuarios o huéspedes, que en su mayoría son turistas. Faltando desarrollar lo que respecta a la **Infraestructura y Equipamiento** para permitir un adecuado cumplimiento de funciones por el personal e igualmente acatar las normas que se indican mediante disposiciones del MINCETUR.

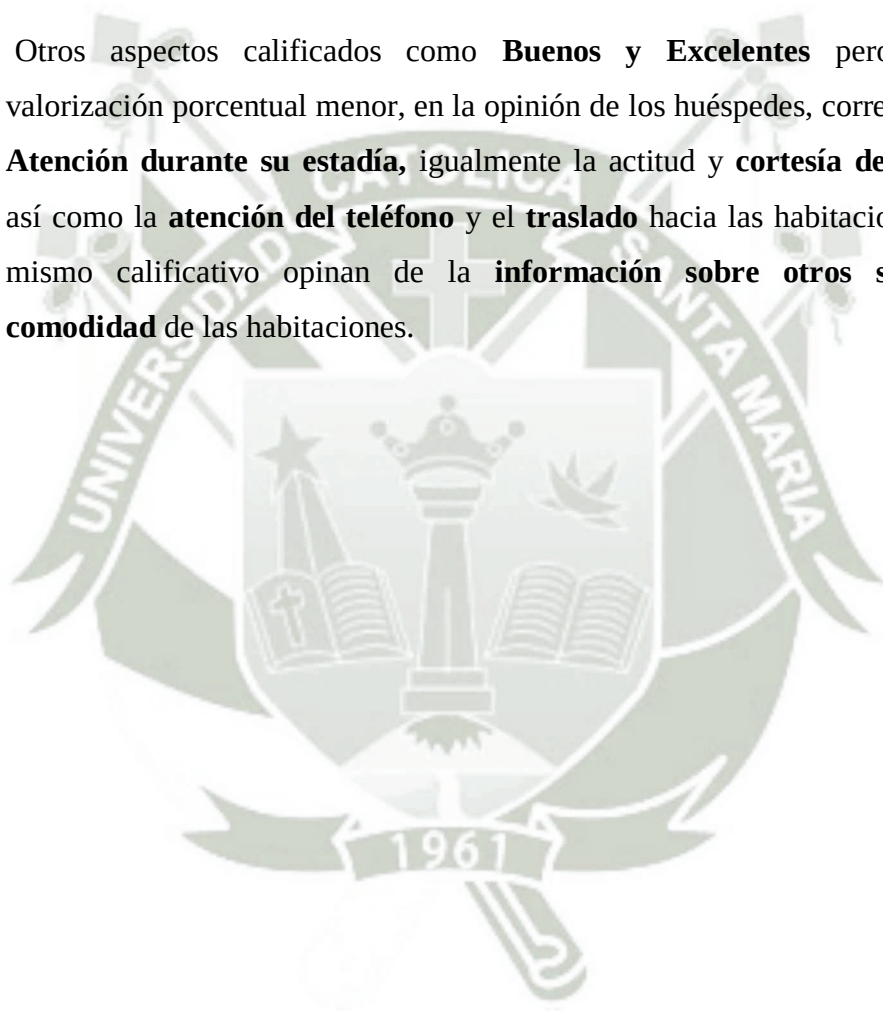
La verificación relacionada a la **Gestión del Servicio**, también nos faculta a indicar que en el **Área de Reservas**, se han adecuado plenamente las Buenas Prácticas; luego considerando un orden de Gestión adecuada están el **Área de Recepción** y finalmente con una evaluación de aceptable el **Área de Housekeeping**.

SEGUNDA: La capacitación al personal directivo y de trabajadores o colaboradores, ha conseguido como resultado que la mayoría reconozca que se ha **Mejorado la Calidad de Atención** por el impacto positivo en el huésped y los cambios en el servicio. Esencialmente destacan que el SABP les ha permitido **incrementar sus conocimientos** con los cuales tienen un **desempeño responsable** que los apoya a la **superación laboral**.

El grupo de colaboradores en su mayoría numérica precisan que las competencias laborales del **Área de Recepción**, muestran una **actitud positiva** de quienes desempeñan esa función, y es muy favorable para la nueva imagen empresarial relacionada con la actividad turística.

TERCERA: Se corrobora muy positivamente que los hoteles y hostales incluidos en el estudio; según su personal, les ha permitido mejorar la calidad del servicio y los huéspedes ratifican esa autoevaluación al señalar mediante la opinión mayoritaria y representativa; al calificar dichos servicios como **Excelente y Buenos**; destacando sobretodo la atención en reservas y recepción, luego la comunicación y atención inmediata, y de la misma manera en lo relacionado a la facturación.

Otros aspectos calificados como **Buenos y Excelentes** pero con una valorización porcentual menor, en la opinión de los huéspedes, corresponde a la **Atención durante su estadía**, igualmente la actitud y **cortesía del personal**, así como la **atención del teléfono** y el **traslado** hacia las habitaciones, con el mismo calificativo opinan de la **información sobre otros servicios y comodidad** de las habitaciones.



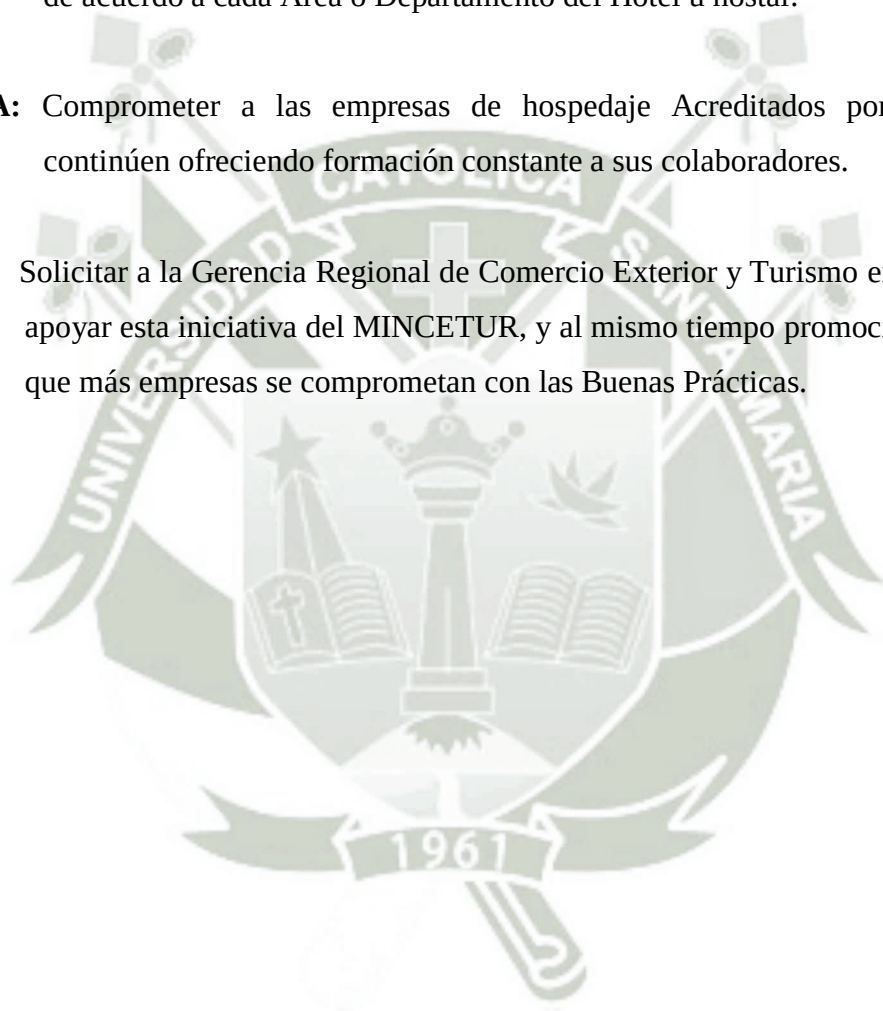
SUGERENCIAS

PRIMERA: Trabajar más en el aspecto de difusión del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas, dando a conocer a las empresas de servicios de hospedaje a nivel regional, los beneficios de esta herramienta.

SEGUNDA: Proponer para que la capacitación, se imparta de manera más personalizada de acuerdo a cada Área o Departamento del Hotel u hostel.

TERCERA: Comprometer a las empresas de hospedaje Acreditados por el SABP continúen ofreciendo formación constante a sus colaboradores.

CUARTA: Solicitar a la Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo en Arequipa, apoyar esta iniciativa del MINCETUR, y al mismo tiempo promocionarla para que más empresas se comprometan con las Buenas Prácticas.



BIBLIOGRAFIA

- **ALMEIDA** Mar Barcos Lucía y Martín Juan Ignacio, Gestion de la calidad de los Procesos turísticos, Edit. Sintesis, Madrid – España,
- **CASANUEVA** Cristóbal y María Ángeles GALLEGO, Empresas y Organizaciones turísticas, 2º Edición, Madrid – España, 2012.
- **GUTIERREZ** Mario, Administrar para la Calidad, Edit. Limusa, México – 1994.
- **JULIÁ** Marco y otros, Gestión de la calidad Aplicada a Hostelería y Restauración, Editorial Prentice Hall, España – Madrid, 2002.
- **KOTLER** Philip y otros, Mercadotecnia para hotelería y turismo, Edit. Prentice Hall 1º edición, México – 1997.
- Ley MYPE, DECRETO SUPREMO N° 007-2008-TR, Lima – Perú, 2008
- **MINCETUR**, Decreto Supremo N° 029-2004- Mincetur, Lima – Perú, 2004.
- **MINCETUR**, Decreto Supremo N° 001 – 2015 – Mincetur, Lima – Perú, 2015.
- **MINCETUR**, Guía Metodológica del Facilitador, Facilitando Procesos de Aprendizaje de Mejora de Sistemas de Gestión, Edit. Mincetur, Lima –Perú, 2012.
- **MINCETUR**, Guía Metodológica para el desarrollo del Sistema de Aplicación de Buenas Practicas, Edit. Mincterur- Caltur, Lima – Perú, 2012.
- **MINCETUR**, Manual de Buenas Prácticas para la Gestión del Área de Alojamiento: Recepción - Reservas -Housekeeping, Lima – Perú, 2008.

- **MINCETUR**, Resolución Ministerial N° 073-2011-MINCETUR/DM, Lima –Perú, 2011.
- **VILLENA** Eduardo, Técnico en Hotelería y Turismo, Tomo 1, Editado Cultural S.A., Madrid – España, 2003.

WEBGRAFIA

- **BLOG TECNO HOTELERIA** www.tecnohoteleria.blogspot.com
- **LA ENCICLOPEDIA LIBRE** <https://es.wikipedia.org>







**ESTUDIO SOBRE CARACTERÍSTICAS DEL PROCESO PRINCIPAL
EN EL SERVICIO TURISTICO DE HOSPEDAJES
FICHA TECNICA DE CAMPO**

Nombre del establecimiento: _____ **Distrito:** _____

Leyenda de Ítems de Verificación:

SI: ☐ Buena Practica Aplicada
NO: ☐ Buena Practica No Aplicada
PCSO: ☐ Buena Practica en Proceso de Aplicación

Nº	SUBINDICADORES	Referencias de verificación		
I. DEPARTAMENTO RESERVAS Y RECEPCION: INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO		SI	NO	PCSO
1.	Cuenta con un ambiente exclusivo para recepción y reservas.			
2.	Cuenta con un ambiente de recepción con suficiente espacio para interactuar de forma activa con los huéspedes.			
3.	Cuentan con un ambiente para custodia de equipaje cercano a la recepción.			
4.	Las tarifas y precios son visibles en nuevos soles y/o dólares americanos.			
5.	Exhibe horarios de ingreso y salida, especificando el periodo que comprende el día hotelero.			
6.	Cuenta con central telefónica, de fácil acceso para el huésped.			
7.	Cuenta con estante u otro medio que contiene información complementaria, como folletería variada de los atractivos turísticos de la zona, contacto de otros Prestadores.			
8.	Los colaboradores están capacitados para brindar todo tipo de información que el huésped requiera.			
9.	Cuenta con botiquín de primeros auxilios.			
10.	Cuenta con extintores en cada uno de los pisos y en la recepción del establecimiento.			
11.	Muestra el libro de reclamaciones en un lugar visible.			
II. GESTION DEL SERVICIO EN DEPARTAMENTOS 2.1 RESERVAS		SI	NO	PCSO
12.	Cuenta con un “file” o folder del cliente, donde se documenta su solicitud.			
13.	Ha implementado las siguientes formas impresas: • Cambio de reservación: formulario donde se especifique cuál es el cambio y observaciones. • Reservación cancelada: formulario en el cual se registre la cancelación y observaciones.			
14.	Recepciona las reservas verificando la disponibilidad de la fecha solicitada en el cuadro o registro correspondiente.			

15.	La confirmación y/o cambio de reserva es comunicada inmediatamente al cliente.			
16.	Comunica al cliente cuando desee modificar su reserva, la cual estará sujeta a la disponibilidad de habitaciones.			
2.2 RECEPCION		SI	NO	PCSO
17.	Brinda atención telefónica las 24 horas al día en recepción.			
18.	Responde el teléfono máximo al tercer timbre, iniciando con un saludo e indicando el nombre de la empresa y de la persona.			
19.	Registra las llamadas, anota cada llamada y detalla la solicitud.			
20.	Cuenta con los datos generales del establecimiento a disposición del responsable de la recepción: Ficha técnica, N° Cuenta Corriente en soles y dólares, etc.			
21.	Si no dispone de información sobre alguna consulta, cuenta con los teléfonos de las oficinas de información turística del lugar.			
22.	Invita amablemente al huésped que llene el Registro con sus datos personales.			
23.	Todo ingreso de cada huésped es registrado en el Cuadro de Control Interno de Pasajeros – Ingresos.			
24.	Comunica al huésped sobre horarios de atención de los servicios del hospedaje.			
25.	Cuenta con una persona que es responsable de ayudar al huésped con su equipaje y acompañarlo hasta su habitación.			
26.	El responsable de acompañar al huésped está entrenado y capacitado para abrir la puerta, verificar que todo se encuentre en orden, mostrar la ubicación y funcionamiento de los equipos y entregar la llave de la habitación.			
27.	Los colaboradores están entrenados para atender al huésped, brindándole asesoramiento, recomendaciones y ayudándolo a resolver los problemas e inquietudes que tenga.			
28.	Cuenta con información actualizada sobre atractivos o lugares de interés sobre la localidad o destino turístico, actividades culturales, entretenimiento.			
29.	Se motiva al huésped para que complete las cartillas de sugerencias y/o encuestas de satisfacción destacando su importancia para mejorar el servicio.			
30.	Los comprobantes de pago cuentan con un diseño de fácil comprensión para el huésped.			
31.	Se prepara la facturación con la debida anticipación.			
32.	Se agradece al huésped su preferencia y se le desea una feliz estancia o buen viaje de retorno.			
33.	Desbloquea en forma inmediata la habitación.			
2.3 HOUSEKEEPING		SI	NO	PCSO
2.3.1. Áreas públicas y Comunes				
34.	Existe una buena señalización de la fachada. Cuenta con una placa indicativa en la fachada.			

35.	Cuenta con facilidades para el acceso peatonal, incluyendo acceso especial para discapacitados.			
36.	Cuenta con facilidades para el estacionamiento, parqueo vehicular, sea privado o contratado.			
37.	La fachada es apropiada y se encuentra en buen estado y limpia.			
38.	Cuenta con buena iluminación nocturna buscando facilitar la ubicación del establecimiento.			
39.	Cuenta con sillas/muebles y una mesa central para el descanso del huésped.			
40.	La decoración y confort general, guarda coherencia con el estilo decorativo del hospedaje.			
41.	El aroma es agradable, sin evidenciar olores que molesten al huésped.			
42.	Coloca revistas/periódicos del día en la mesa de centro del lobby.			
43.	Las áreas se encuentran decoradas manteniendo un mismo estilo decorativo.			
44.	Las áreas cuentan con temperatura adecuada y homogénea.			
45.	Las escaleras se mantienen limpias y seguras.			
2.3.2. Habitaciones, baños, almacén, lavandería, ropería		SI	NO	PCSO
46.	Los baños de uso público se encuentran limpios, desinfectados, ventilados.			
47.	Cuenta con servicio higiénico para discapacitados.			
48.	Las habitaciones están señalizadas. Cuenta con letreros que permitan ubicarlas fácilmente desde la recepción.			
49.	Las cerraduras brindan seguridad.			
50.	Las camas son confortables y resistentes.			
51.	Mantiene un patrón común en los blancos. Se recomienda sábanas blancas.			
52.	Cuenta con buena iluminación, genera un ambiente cálido.			
53.	Se colocan mirillas en las puertas y/o cartillas que indican “No Molestar” y solicitando “Servicio de Limpieza”.			
54.	Cuentan con cortinas que cumplan su función.			
55.	Cuenta con implementos básicos: ducha o tina, inodoro, lavatorio, cortina, espejo, toma corriente, toallas (de baño grande y pequeño), jabón, papel higiénico, porta toallas, vaso higienizado y con bolsa plástica, papelería, piso de baño, en buen estado de funcionamiento y conservación.			
56.	Las instalaciones sanitarias del baño se encuentran en buen estado de funciona miento y conservación.			
57.	Cuenta con almacén destinado para blancos e insumos de limpieza, el cual dispone de equipamiento básico.			
58.	Mantiene un orden en el almacén a través del uso de kardex.			
59.	Monitorea el estado de su almacén.			
60.	Brinda el servicio de lavado y planchado en el establecimiento o mediante un service.			
61.	Se ubica en un lugar poco o nada visible para el huésped.			

62.	El servicio es puntual y de calidad.			
63.	Cuenta con un ambiente para la ropa limpia, adecuado para que éste sea un lugar ordenado y no exista confusiones de prendas.			
64.	Está equipada mediante armarios o anaqueles.			
65.	La limpieza y organización de las áreas se realiza en forma efectiva y permanente.			
66.	Cuenta con reporte de estado de habitaciones.			
67.	Se han establecido prioridades para la limpieza de habitaciones.			
68.	Limpieza de habitaciones se realiza cuando el huésped no se encuentra para evitar molestias.			
69.	Se ha establecido los estándares de presentación de habitaciones.			





**ENCUESTA DE ESTUDIO ACADEMICO PARA
EMPRESAS HOTELERAS DE AREQUIPA
“MUCHAS GRACIAS POR SU APOYO AL ESTUDIO”**



El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), con la finalidad de promover el desarrollo de la actividad turística y constituirlo en pilar de desarrollo para la economía de nuestro país, ha planteado el **Plan Nacional de Calidad Turística (CALTUR)**, para alcanzar un turismo sostenible. En esa misma intención a propuesta a los prestadores de servicios turísticos, que sigan **“LAS BUENAS PRACTICAS EMPRESARIALES”** para promover también la competitividad. Agradecemos sus respuestas que tienen un conocimiento confidencial.

I. INFORMACION GENERAL

1. Nombre Comercial: _____ Tipo: Hotel ☐ Hostal ☐
 2. **Empresa:** Privada Personal ☐ **Tipo:** Mediana Empresa ☐ **Cargo:** Gerente ☐
 Privada Familiar ☐ Pequeña Empresa ☐
 Administrador

II. ASPECTOS DE GESTION Y OPINION:

1. El Proceso de “Buenas Practicas” en que ha participado su empresa hotelera, ¿Qué le ha permitido a su hospedaje?

a) La innovación ☐ b) La Creatividad ☐ c) Ambos aspectos ☐
 ¿Por qué? _____

2. De la misma manera las “Buenas Practicas” ¿Para que han sido útiles en el servicio que brinda?

a) Tener más eficacia ☐ ☐ b) Tener mejor impacto ☐ c) Lograr ambos ☐
 aspectos

¿Por qué? _____

3. ¿Cómo evaluaría, la capacitación y aplicación de las “Buenas Practicas” en su empresa, respecto a la gestión del servicio en las siguientes áreas o departamentos?

a) **Reservas:** Interesante ☐ Necesario ☐ Prioritario ☐ Adecuado ☐
 ¿Por qué? _____

b) **Recepción:** Interesante ☐ Necesario ☐ Prioritario ☐ Adecuado ☐
 ¿Por qué? _____

c) **Housekeeping:** Interesante ☐ Necesario ☐ Prioritario ☐ Adecuado ☐
 ¿Por qué? _____

4. ¿Cuáles de los siguientes aspectos **destacaría usted**, que se ha **logrado mejor** en su empresa, como resultado de **capacitarse y aplicar** las Buenas Practicas? (**Marcar por favor las dos más significativas**).

- a) Reducción de costes ☐ b) Mejora de la calidad ☐ c) Aumento de productividad ☐
d) Incremento de ventas ☐ e) Elevación Moral del personal ☐ f) Personal motivado ☐
¿Por qué?
-





**UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERIA
ENCUESTA DE ESTUDIO ACADÉMICO**



PARA EMPRESAS HOTELERAS DE AREQUIPA
“MUCHAS GRACIAS POR SU APOYO A BRINDARNOS PARA EL ESTUDIO”

La Empresa de Servicios Turísticos de Hospedaje en que usted labora, ha sido participe de la **“Formación y Capacitación en Buenas Prácticas”**; por ello, el propósito de tener su cooperación respondiendo el presente **CUESTIONARIO**, el mismo que tiene un carácter **ANÓNIMO** y que por lo tanto no afectará en su condición laboral.

I INFORMACION GENERAL:

1. **GÉNERO:** Hombre ☐ Mujer ☐ 2. **EDAD:** ____ años 3. **TIEMPO DE TRABAJO:** ____ años ____ meses
4. **FORMACION ACADEMICA:** TECNICA Profesional ☐ Universitaria ☐ Práctica ☐

II ASPECTOS DE GESTIÓN Y OPINIÓN

1. ¿Cómo considera que el Proceso de Buenas Prácticas ha sido para su centro de trabajo el Hotel – Hostal?
(**Marcar solo una**) a) Importante ☐ b) Necesario ☐ c) Beneficio ☐ d) Muy útil ☐
2. Por sus características las Buenas Prácticas, ¿En qué Área o Departamento se ha podido aplicar o implementar mejor? (**Marcar sólo dos**)
a) Área de reservas ☐ b) Área de recepción ☐ c) Área de Housekeeping ☐
3. Lo recibido como conocimiento en las Buenas Prácticas, ¿Qué beneficios le ha permitido en lo personal?
(**Marcar las DOS más importantes**)
a) Incrementar su conocimiento ☐ b) Estar más motivado ☐ c) Ser más Responsable ☐
d) Una superación laboral ☐ e) Nuevas perspectivas de trabajo ☐
4. Igualmente el conocimiento de las Buenas Prácticas, ¿Qué **beneficios o logros**, considera haberse conseguido para el Hotel u Hostal? (**Marcar sólo las DOS más significativas**)
a) Mejorar la calidad del servicio ☐ b) Aumento de Productividad ☐
c) Incremento de ventas o huéspedes ☐ d) Reducir los gastos ☐ e) Mejor trabajo en equipo ☐
5. Saber que la Empresa de Servicios Turísticos de Hospedaje, donde usted trabaja, ha conseguido en el año 2014, la **“ACREDITACION”** como establecimiento donde se labora y consideran las **BUENAS PRÁCTICAS**, ¿Qué **opinión o sugerencia** considera necesario expresar, para su próximo proceso? (Sea breve y concreto por favor)

REITERAMOS NUESTRO AGRADECIMIENTO



**UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERIA
ENCUESTA DE ESTUDIO ACADÉMICO
PARA EMPRESAS HOTELERAS DE AREQUIPA Y
DIRIGIDO A LOS HUÉSPEDES USUARIOS DEL SERVICIO**



Estimado Señor (a) o joven.

Solicitamos su valiosa colaboración respondiendo al presente **CUESTIONARIO**, para poder conocer su **OPINION** sobre diversos aspectos del servicio brindado por el Hotel u Hostal; que servirán para documentar y explicar mediante un **INFORME ACADEMICO** en la **SUSTENTACION**, para obtener el Título Profesional.

Muchas Gracias por su apoyo.

Bachiller Vanessa Maldonado

I. ASPECTOS GENERALES:

1. PROCEDENCIA: _____ **2. GENERO:** Hombre ☐ Mujer ☐ **3. EDAD:** ____ años

4. ESTADO CIVIL: Casado ☐ Soltero ☐ **5. OCUPACION LABORAL:** _____

6. MOTIVO DE VISITA EN AREQUIPA: a) Turismo ☐ b) Negocios ☐

c) Otro: _____

II. ASPECTOS DE GESTIÓN: “En diversas regiones del Perú, y especialmente en Arequipa, se está firmando y capacitando en **Buenas Prácticas** para los **Servicios Turísticos**; por ello su opinión como usuario o huésped, es muy importante para mejorar en lo que sea necesario”.

1. ¿Cómo evaluaría el servicio recibido del personal en la atención brindada, teniendo en cuenta los siguientes calificativos: **EXCELENTE** - **BUENO** - **REGULAR** - **DEFICIENTE**? MARCAR CON (X).

1. RESERVAS Y RECEPCION	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
1.1 En la gestión de reservas y recojo de datos				
1.2. Atención cortesía del Recepcionista				
1.3. Traslado de personas a las habitaciones				
1.4. Atención durante la estadía				
1.5. Atención del teléfono				
1.6. Proporcionar información de otros servicios y lugares turísticos				
1.7. Facturación de gastos				
2. HOUSEKEEPING	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
2.1. Camas confortables y resistentes				
2.2. Ambiente cálido e iluminación				
2.3. Habitaciones señalizadas				
2.4. Uso de cortinas				
2.5. Baños con implementos básicos como: (ducha, inodoro, lavatorio, espejo, toallas, etc)				
3. LAVANDERIA	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
3.1. El servicio de lavado y planchado es				
3.2. Es puntual y de calidad				
4. RESPECTO AL PERSONAL	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
4.1 La comunicación y atención inmediata es:				

MATRIZ DE VERIFICACIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS EN LOS HOTELES Y HOSTALES DE AREQUIPA
CON CERTIFICACIÓN DEL MINCETUR

I.- DEPARTAMENTO DE RESERVAS Y RECEPCIÓN: 1.A. Infraestructura y equipamiento

Hotel/hostal	Sub-ind 1	Sub-ind 2	Sub-ind 3	Sub-ind 4	Sub-ind 5	Sub-ind 6	Sub-ind 7	Sub-ind 8	Sub-ind 9	Sub-ind 10	Sub-ind 11
Los Tambos	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Lluvia de Oro	SI	NO	NO	PCSO	SI	PCSO	SI	SI	SI	SI	SI
Villa Elisa Boutique	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Casana Terrace	SI	PCSO	NO	NO	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI
Dreams Hotel Boutique	SI	SI	SI	NO	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Maison du Soleil	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
San Agustín Posada del Monasterio	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
El Corregidor	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Casana de Jerusalén	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Mello	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
La casa de mi Abuela	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI

II.- GESTIÓN DEL SERVICIO EN DEPARTAMENTOS

2.1. Reservas

Hotel/hostal	Sub-ind 12	Sub-ind 13	Sub-ind 14	Sub-ind 15	Sub-ind 16
Los Tambos	SI	SI	SI	SI	SI
Lluvia de Oro	SI	PCSO	SI	SI	SI
Villa Elisa Boutique	SI	SI	SI	SI	SI
Casana Terrace	SI	SI	SI	SI	SI
Dreams Hotel Boutique	SI	SI	SI	SI	SI
Maison du Soleil	SI	SI	SI	SI	SI
San Agustín Posada del Monasterio	SI	SI	SI	SI	SI
El Corregidor	SI	SI	SI	SI	SI
Casana de Jerusalén	SI	SI	SI	SI	SI
Mello	SI	SI	SI	SI	SI
La casa de mi Abuela	SI	SI	SI	SI	SI

2.2. Recepción

Hotel/hostal	Sub-ind 17	Sub-ind 18	Sub-ind 19	Sub-ind 20	Sub-ind 21	Sub-ind 22	Sub-ind 23	Sub-ind 24	Sub-ind 25	Sub-ind 26	Sub-ind 27	Sub-ind 28	Sub-ind 29	Sub-ind 30	Sub-ind 31	Sub-ind 32	Sub-ind 33
Los Tambos	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Lluvia de Oro	SI	SI	SI	SI	SI	SI	PCSO	SI	SI	NO	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI
Villa Elisa Boutique	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Casana Terrace	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Dreams Hotel Boutique	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI
Maison du Soleil	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
San Agustín Posada del Monasterio	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
El Corregidor	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Casana de Jerusalén	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI
Mello	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
La casa de mi Abuela	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI

2.3. Housekeeping:

2.3.1. Áreas públicas y comunes

Hotel/hostal	Sub-ind 34	Sub-ind 35	Sub-ind 36	Sub-ind 37	Sub-ind 38	Sub-ind 39	Sub-ind 40	Sub-ind 41	Sub-ind 42	Sub-ind 43	Sub-ind 44	Sub-ind 45
Los Tambos	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Lluvia de Oro	SI	PCSO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Villa Elisa Boutique	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Casana Terrace	SI	PCSO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Dreams Hotel Boutique	SI	PCSO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI
Maison du Soleil	SI	PCSO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
San Agustín Posada del Monasterio	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
El Corregidor	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Casana de Jerusalén	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Mello	SI	PCSO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
La casa de mi Abuela	SI	PCSO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI

2.3.2. Habitaciones, baños, almacén, lavandería, ropería

Hotel/hostal	Sub-ind 46	Sub-ind 47	Sub-ind 48	Sub-ind 49	Sub-ind 50	Sub-ind 51	Sub-ind 52	Sub-ind 53	Sub-ind 54	Sub-ind 55	Sub-ind 56	Sub-ind 57
Los Tambos	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI
Lluvia de Oro	SI	NO	NO	SI	SI	PCSO	SI	NO	SI	PCSO	SI	PCSO
Villa Elisa Boutique	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Casana Terrace	SI	PCSO	PCSO	SI	SI	SI	SI	PCSO	SI	SI	SI	SI
Dreams Hotel Boutique	SI	PCSO	PCSO	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI
Maison du Soleil	SI	PCSO	SI	SI	SI	SI	SI	PCSO	SI	SI	SI	SI
San Agustín Posada del Monasterio	SI	PCSO	SI	SI	SI	SI	SI	PCSO	SI	SI	SI	SI
El Corregidor	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Casana de Jerusalén	SI	PCSO	SI	SI	SI	PCSO	SI	PCSO	NO	PCSO	SI	SI
Mello	SI	PCSO	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI
La casa de mi Abuela	SI	PCSO	PCSO	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI

Hotel/hostal	Sub-ind 58	Sub-ind 59	Sub-ind 60	Sub-ind 61	Sub-ind 62	Sub-ind 63	Sub-ind 64	Sub-ind 65	Sub-ind 66	Sub-ind 67	Sub-ind 68	Sub-ind 69
Los Tambos	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Lluvia de Oro	PCSO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	PCSO	NO	NO	SI	SI
Villa Elisa Boutique	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Casana Terrace	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Dreams Hotel Boutique	PCSO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	PCSO	SI	SI	SI
Maison du Soleil	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
San Agustín Posada del Monasterio	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
El Corregidor	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Casana de Jerusalén	PCSO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI
Mello	PCSO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
La casa de mi Abuela	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI

**MATRIZ DE VERIFICACIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS
EN HOTELES Y HOSTALES DE AREQUIPA
CON CERTIFICADO DEL MINCETUR
RELACIONADOS A LA SEGUNDA VARIABLE**

1. ENCUESTA A LOS DIRECTIVOS

I. ESTAB	II. INFORMACION GENERAL				III. ASP. GEST Y OPIN.		7. EVALUACION DE LA CAPACITACION Y APLICACIÓN EN AREAS/DEPARTAMENTO			8. LOGRO CAP. APL. SABP	
	1. TIPO	2. EMPRESA	3. FORM. EMP	4. RESP. EMPRESA	5. PROC.POSIB	6. LOG. EMP.	RESERVAS	RECEPCION	HOUSEKEEPING		
1	Hostal	Privada Familiar	Pequeña Empresa	Gerente	Ninguna	Eficacia	Necesario	Necesario	Prioritario	Mejora de la calidad	Evaluacion Moral del personal
2	Hostal	Privada Personal	Pequeña Empresa	Administrador	Ambas	Impacto	Prioritario	Prioritario	Prioritario	Mejora de la calidad	Incremento de ventas
3	Hotel	Privada Familiar	Pequeña Empresa	Gerente	Innovacion	Eficacia	Necesario	Prioritario	Interesante	Reduccion de costes	Mejora de la calidad
4	Hotel	Privada Familiar	Pequeña Empresa	Administrador	Ambas	Impacto	Adecuado	Prioritario	Necesario	Mejora de la calidad	Aumento de Productividad
5	Hotel	Privada Personal	Mediana Empresa	Administrador	Ambas	Eficacia	Prioritario	Adecuado	Necesario	Mejora de la calidad	Personal Motivado
6	Hotel	Privada Familiar	Pequeña Empresa	Gerente	Creatividad	Ambas	Adecuado	Adecuado	Adecuado	Reduccion de costes	Mejora de la calidad
7	Hotel	Privada Personal	Mediana Empresa	Administrador	Innovacion	Eficacia	Adecuado	Necesario	Prioritario	Mejora de la calidad	Personal Motivado
8	Hotel	Privada Familiar	Mediana Empresa	Administrador	Creatividad	Ambas	Adecuado	Adecuado	Adecuado	Mejora de la calidad	Aumento de Productividad
9	Hostal	Privada Personal	Pequeña Empresa	Gerente	Ambas	Eficacia	Prioritario	Necesario	Necesario	Mejora de la calidad	Incremento de ventas
10	Hotel	Privada Personal	Mediana Empresa	Administrador	Innovacion	Eficacia	Interesante	Necesario	Necesario	Mejora de la calidad	Personal Motivado
11	Hotel	Privada Familiar	Pequeña Empresa	Gerente	Creatividad	Eficacia	Adecuado	Adecuado	Adecuado	Mejora de la calidad	Personal Motivado

MATRIZ DE DATOS DE TRABAJADORES ENCUESTADOS

I. COLAB.	II. INFORMACIÓN GENERAL				III. ASP. GEST Y OPIN.				B. CON. BIEN. LOG. INST.
	1. GÉNERO	2. EDAD	3. TPO. TRAB.	4. FORM. ACAD.	5. PROC. SARP.	6. MEJ. IMPL. AR.	7. CONC. BENEF. PERS.	8. CON. BIEN. LOG. INST.	
1	Hombre	27	6-2	Práctica	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Mas motivado	Mejor trabajo en equipo
2	Mujer	28	0-1	Técnica Profesional	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
3	Mujer	24	0-5	Universitaria	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Mas motivado	Mejor trabajo en equipo
4	Mujer	41	5-2	Práctica	Muy útil	A. Reservas	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
5	Mujer	50	3-8	Práctica	Muy útil	A. Recepción	A. Housekeeping	Mas responsable	Mejor trabajo en equipo
6	Mujer	23	4-0	Técnica Profesional	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Superación Laboral	Mejor trabajo en equipo
7	Hombre	38	2-5	Práctica	Importante	A. Reservas	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
8	Mujer	30	0-9	Universitaria	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
9	Mujer	29	4-5	Técnica Profesional	Importante	A. Reservas	A. Housekeeping	Mas responsable	Mejor trabajo en equipo
10	Mujer	26	1-1	Universitaria	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Mas motivado	Mejor trabajo en equipo
11	Mujer	29	2-0	Técnica Profesional	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Superación Laboral	Mejor trabajo en equipo
12	Hombre	45	2-0	Práctica	Muy útil	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
13	Mujer	36	1-11	Universitaria	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
14	Mujer	24	1-3	Técnica Profesional	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
15	Hombre	42	0-5	Práctica	Muy útil	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
16	Hombre	24	3-4	Técnica Profesional	Necesario	A. Reservas	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
17	Mujer	24	0-10	Técnica Profesional	Necesario	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
18	Mujer	25	0-5	Técnica Profesional	Muy útil	A. Recepción	A. Housekeeping	Mas motivado	Mejor trabajo en equipo
19	Mujer	26	4-0	Técnica Profesional	Muy útil	A. Recepción	A. Housekeeping	Superación Laboral	Mejor trabajo en equipo
20	Mujer	22	0-4	Técnica Profesional	Beneficioso	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
21	Mujer	37	0-5	Práctica	Beneficioso	A. Recepción	A. Housekeeping	Mas responsable	Mejor trabajo en equipo
22	Hombre	32	0-8	Técnica Profesional	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Mas responsable	Mejor trabajo en equipo
23	Hombre	27	2-0	Universitaria	Necesario	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
24	Hombre	49	0-2	Práctica	Muy útil	A. Recepción	A. Housekeeping	Mas responsable	Mejor trabajo en equipo
25	Mujer	15	1-3	Técnica Profesional	Beneficioso	A. Reservas	A. Housekeeping	Mas motivado	Mejor trabajo en equipo
26	Hombre	65	0-1	Práctica	Importante	A. Reservas	A. Housekeeping	Mas responsable	Mejor trabajo en equipo
27	Mujer	18	1-9	Práctica	Necesario	A. Recepción	A. Housekeeping	Mas motivado	Mejor trabajo en equipo
28	Mujer	24	0-1	Universitaria	Beneficioso	A. Reservas	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
29	Hombre	28	0-3	Universitaria	Importante	A. Reservas	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
30	Hombre	27	0-3	Universitaria	Necesario	A. Reservas	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
31	Hombre	27	3-0	Universitaria	Importante	A. Reservas	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
32	Mujer	22	0-2	Universitaria	Beneficioso	A. Reservas	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
33	Hombre	23	0-3	Universitaria	Beneficioso	A. Reservas	A. Housekeeping	Mas motivado	Mejor trabajo en equipo
34	Hombre	22	0-4	Técnica Profesional	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Mas motivado	Mejor trabajo en equipo
35	Hombre	38	6-8	Técnica Profesional	Importante	A. Reservas	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
36	Hombre	21	1-11	Técnica Profesional	Importante	A. Reservas	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
37	Mujer	25	0-5	Universitaria	Muy útil	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
38	Mujer	37	0-1	Técnica Profesional	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
39	Hombre	29	1-3	Técnica Profesional	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
40	Mujer	25	0-8	Técnica Profesional	Muy útil	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
41	Mujer	26	2-1	Universitaria	Importante	A. Reservas	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
42	Hombre	29	0-1	Técnica Profesional	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
43	Mujer	24	1-5	Técnica Profesional	Muy útil	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
44	Mujer	37	2-0	Universitaria	Importante	A. Reservas	A. Housekeeping	Mas responsable	Mejor trabajo en equipo
45	Mujer	27	2-7	Técnica Profesional	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
46	Hombre	31	0-2	Técnica Profesional	Importante	A. Reservas	A. Housekeeping	Mas motivado	Mejor trabajo en equipo
47	Mujer	24	0-8	Práctica	Necesario	A. Recepción	A. Housekeeping	Mas responsable	Mejor trabajo en equipo
48	Mujer	30	3-0	Técnica Profesional	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
49	Hombre	26	1-6	Técnica Profesional	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
50	Hombre	24	0-8	Técnica Profesional	Beneficioso	A. Reservas	A. Housekeeping	Mas motivado	Mejor trabajo en equipo
51	Mujer	25	0-1	Universitaria	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
52	Hombre	31	3-10	Universitaria	Beneficioso	A. Reservas	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
53	Mujer	25	4-0	Técnica Profesional	Importante	A. Reservas	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
54	Hombre	35	5-0	Técnica Profesional	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
55	Hombre	23	2-1	Universitaria	Beneficioso	A. Recepción	A. Housekeeping	Mas motivado	Mejor trabajo en equipo
56	Hombre	26	0-3	Técnica Profesional	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
57	Mujer	35	0-3	Técnica Profesional	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
58	Mujer	32	1-0	Práctica	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
59	Hombre	35	4-0	Técnica Profesional	Beneficioso	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
60	Hombre	34	0-1	Técnica Profesional	Necesario	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
61	Hombre	26	1-3	Técnica Profesional	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
62	Mujer	24	0-8	Técnica Profesional	Necesario	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
63	Hombre	34	3-0	Universitaria	Beneficioso	A. Reservas	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
64	Mujer	27	0-6	Universitaria	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
65	Mujer	26	0-8	Universitaria	Necesario	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
66	Mujer	37	3-6	Técnica Profesional	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Mas responsable	Mejor trabajo en equipo
67	Hombre	47	10-0	Técnica Profesional	Muy útil	A. Reservas	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
68	Hombre	49	17-8	Práctica	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
69	Mujer	20	2-3	Técnica Profesional	Necesario	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
70	Mujer	35	0-5	Práctica	Muy útil	A. Recepción	A. Housekeeping	Mas responsable	Mejor trabajo en equipo
71	Mujer	24	1-2	Práctica	Beneficioso	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
72	Mujer	37	14-2	Universitaria	Muy útil	A. Recepción	A. Housekeeping	Mas motivado	Mejor trabajo en equipo
73	Hombre	44	17-0	Práctica	Muy útil	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
74	Mujer	48	2-0	Práctica	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
75	Hombre	26	1-8	Práctica	Necesario	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
76	Mujer	37	1-5	Práctica	Muy útil	A. Reservas	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
77	Hombre	29	4-10	Práctica	Importante	A. Reservas	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
78	Hombre	37	5-4	Universitaria	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Mas responsable	Mejor trabajo en equipo
79	Mujer	45	6-0	Práctica	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
80	Hombre	41	8-11	Técnica Profesional	Necesario	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
81	Mujer	31	1-3	Técnica Profesional	Muy útil	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
82	Mujer	33	8-4	Universitaria	Necesario	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mas responsable	Mejor trabajo en equipo
83	Hombre	58	4-0	Técnica Profesional	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Mas motivado	Mejor trabajo en equipo
84	Hombre	35	2-0	Técnica Profesional	Necesario	A. Reservas	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
85	Hombre	30	2-3	Técnica Profesional	Necesario	A. Reservas	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
86	Hombre	22	4-1	Técnica Profesional	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
87	Mujer	28	4-0	Práctica	Muy útil	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mas responsable	Mejor trabajo en equipo
88	Hombre	38	0-6	Práctica	Muy útil	A. Recepción	A. Housekeeping	Mas responsable	Mejor trabajo en equipo
89	Mujer	52	5-0	Práctica	Muy útil	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
90	Hombre	33	3-4	Técnica Profesional	Muy útil	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
91	Hombre	42	4-0	Técnica Profesional	Muy útil	A. Reservas	A. Housekeeping	Mas motivado	Mejor trabajo en equipo
92	Mujer	23	3-8	Universitaria	Muy útil	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
93	Hombre	30	5-3	Universitaria	Necesario	A. Recepción	A. Housekeeping	Mas motivado	Mejor trabajo en equipo
94	Mujer	26	0-3	Técnica Profesional	Muy útil	A. Reservas	A. Housekeeping	Superación Laboral	Mejor trabajo en equipo
95	Mujer	40	3-11	Universitaria	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Superación Laboral	Mejor trabajo en equipo
96	Hombre	18	0-2	Práctica	Muy útil	A. Recepción	A. Housekeeping	Superación Laboral	Mejor trabajo en equipo
97	Mujer	35	0-6	Técnica Profesional	Necesario	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
98	Mujer	45	21-8	Práctica	Muy útil	A. Reservas	A. Housekeeping	Mas responsable	Mejor trabajo en equipo
99	Mujer	32	0-3	Práctica	Necesario	A. Recepción	A. Housekeeping	Mas responsable	Mejor trabajo en equipo
100	Mujer	39	11-4	Técnica Profesional	Importante	A. Reservas	A. Housekeeping	Mas motivado	Mejor trabajo en equipo
101	Mujer	31	0-1	Universitaria	Muy útil	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
102	Mujer	42	20-0	Técnica Profesional	Muy útil	A. Reservas	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
103	Mujer	29	2-0	Práctica	Necesario	A. Recepción	A. Housekeeping	Superación Laboral	Mejor trabajo en equipo
104	Mujer	63	31-0	Práctica	Importante	A. Reservas	A. Housekeeping	Mas responsable	Mejor trabajo en equipo
105	Mujer	30	14-9	Técnica Profesional	Necesario	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
106	Mujer	47	10-0	Técnica Profesional	Beneficioso	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
107	Mujer	52	8-0	Práctica	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
108	Mujer	33	6-3	Práctica	Necesario	A. Reservas	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
109	Mujer	32	2-5	Práctica	Importante	A. Reservas	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
110	Hombre	40	3-10	Técnica Profesional	Importante	A. Reservas	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
111	Hombre	25	0-1	Técnica Profesional	Necesario	A. Reservas	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
112	Hombre	57	35-0	Técnica Profesional	Muy útil	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
113	Mujer	46	10-3	Técnica Profesional	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
114	Hombre	58	15-0	Práctica	Beneficioso	A. Recepción	A. Housekeeping	Mas responsable	Mejor trabajo en equipo
115	Mujer	13	0-6	Universitaria	Muy útil	A. Reservas	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
116	Hombre	24	1-0	Universitaria	Importante	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mas responsable	Mejor trabajo en equipo
117	Hombre	50	13-3	Práctica	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Mas motivado	Mejor trabajo en equipo
118	Hombre	25	0-4	Universitaria	Beneficioso	A. Recepción	A. Housekeeping	Mas responsable	Mejor trabajo en equipo
119	Mujer	40	10-4	Universitaria	Muy útil	A. Recepción	A. Housekeeping	Mas motivado	Mejor trabajo en equipo
120	Mujer	47	21-0	Técnica Profesional	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo
121	Mujer	43	28-0	Técnica Profesional	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Mas responsable	Mejor trabajo en equipo
122	Hombre	52	15-0	Práctica	Importante	A. Recepción	A. Housekeeping	Incrementar conocimientos	Mejor trabajo en equipo

ID	Provincia	Género	ASPECTOS GENERALES		ÁREA DE RESERVAS Y RECREACIÓN										EVALUACIÓN DE LOS SERVICIOS POR ÁREAS										ÁREA DE HOSPEDAJE										EVALUACIÓN		RESPECTO PER																																																																																																																																																																											
			Edad	Nivel Educativo	Ocup.	Sexo	Min. Vicio	Grav. Res. Res. Det.	Al. Cort. Res.	Tax. Res.	1.º y 2.º Gr. CO.	3.º y 4.º Gr. CO.	5.º y 6.º Gr. CO.	7.º y 8.º Gr. CO.	9.º y 10.º Gr. CO.	11.º y 12.º Gr. CO.	13.º y 14.º Gr. CO.	15.º y 16.º Gr. CO.	17.º y 18.º Gr. CO.	19.º y 20.º Gr. CO.	21.º y 22.º Gr. CO.	23.º y 24.º Gr. CO.	25.º y 26.º Gr. CO.	27.º y 28.º Gr. CO.	29.º y 30.º Gr. CO.	31.º y 32.º Gr. CO.	33.º y 34.º Gr. CO.	35.º y 36.º Gr. CO.	37.º y 38.º Gr. CO.	39.º y 40.º Gr. CO.	41.º y 42.º Gr. CO.	43.º y 44.º Gr. CO.	45.º y 46.º Gr. CO.	47.º y 48.º Gr. CO.	49.º y 50.º Gr. CO.	51.º y 52.º Gr. CO.	53.º y 54.º Gr. CO.	55.º y 56.º Gr. CO.	57.º y 58.º Gr. CO.	59.º y 60.º Gr. CO.	61.º y 62.º Gr. CO.	63.º y 64.º Gr. CO.	65.º y 66.º Gr. CO.	67.º y 68.º Gr. CO.	69.º y 70.º Gr. CO.	71.º y 72.º Gr. CO.	73.º y 74.º Gr. CO.	75.º y 76.º Gr. CO.	77.º y 78.º Gr. CO.	79.º y 80.º Gr. CO.	81.º y 82.º Gr. CO.	83.º y 84.º Gr. CO.	85.º y 86.º Gr. CO.	87.º y 88.º Gr. CO.	89.º y 90.º Gr. CO.	91.º y 92.º Gr. CO.	93.º y 94.º Gr. CO.	95.º y 96.º Gr. CO.	97.º y 98.º Gr. CO.	99.º y 100.º Gr. CO.	101.º y 102.º Gr. CO.	103.º y 104.º Gr. CO.	105.º y 106.º Gr. CO.	107.º y 108.º Gr. CO.	109.º y 110.º Gr. CO.	111.º y 112.º Gr. CO.	113.º y 114.º Gr. CO.	115.º y 116.º Gr. CO.	117.º y 118.º Gr. CO.	119.º y 120.º Gr. CO.	121.º y 122.º Gr. CO.	123.º y 124.º Gr. CO.	125.º y 126.º Gr. CO.	127.º y 128.º Gr. CO.	129.º y 130.º Gr. CO.	131.º y 132.º Gr. CO.	133.º y 134.º Gr. CO.	135.º y 136.º Gr. CO.	137.º y 138.º Gr. CO.	139.º y 140.º Gr. CO.	141.º y 142.º Gr. CO.	143.º y 144.º Gr. CO.	145.º y 146.º Gr. CO.	147.º y 148.º Gr. CO.	149.º y 150.º Gr. CO.	151.º y 152.º Gr. CO.	153.º y 154.º Gr. CO.	155.º y 156.º Gr. CO.	157.º y 158.º Gr. CO.	159.º y 160.º Gr. CO.	161.º y 162.º Gr. CO.	163.º y 164.º Gr. CO.	165.º y 166.º Gr. CO.	167.º y 168.º Gr. CO.	169.º y 170.º Gr. CO.	171.º y 172.º Gr. CO.	173.º y 174.º Gr. CO.	175.º y 176.º Gr. CO.	177.º y 178.º Gr. CO.	179.º y 180.º Gr. CO.	181.º y 182.º Gr. CO.	183.º y 184.º Gr. CO.	185.º y 186.º Gr. CO.	187.º y 188.º Gr. CO.	189.º y 190.º Gr. CO.	191.º y 192.º Gr. CO.	193.º y 194.º Gr. CO.	195.º y 196.º Gr. CO.	197.º y 198.º Gr. CO.	199.º y 200.º Gr. CO.	201.º y 202.º Gr. CO.	203.º y 204.º Gr. CO.	205.º y 206.º Gr. CO.	207.º y 208.º Gr. CO.	209.º y 210.º Gr. CO.	211.º y 212.º Gr. CO.	213.º y 214.º Gr. CO.	215.º y 216.º Gr. CO.	217.º y 218.º Gr. CO.	219.º y 220.º Gr. CO.	221.º y 222.º Gr. CO.	223.º y 224.º Gr. CO.	225.º y 226.º Gr. CO.	227.º y 228.º Gr. CO.	229.º y 230.º Gr. CO.	231.º y 232.º Gr. CO.	233.º y 234.º Gr. CO.	235.º y 236.º Gr. CO.	237.º y 238.º Gr. CO.	239.º y 240.º Gr. CO.	241.º y 242.º Gr. CO.	243.º y 244.º Gr. CO.	245.º y 246.º Gr. CO.	247.º y 248.º Gr. CO.	249.º y 250.º Gr. CO.	251.º y 252.º Gr. CO.	253.º y 254.º Gr. CO.	255.º y 256.º Gr. CO.	257.º y 258.º Gr. CO.	259.º y 260.º Gr. CO.	261.º y 262.º Gr. CO.	263.º y 264.º Gr. CO.	265.º y 266.º Gr. CO.	267.º y 268.º Gr. CO.	269.º y 270.º Gr. CO.	271.º y 272.º Gr. CO.	273.º y 274.º Gr. CO.	275.º y 276.º Gr. CO.	277.º y 278.º Gr. CO.	279.º y 280.º Gr. CO.	281.º y 282.º Gr. CO.	283.º y 284.º Gr. CO.	285.º y 286.º Gr. CO.	287.º y 288.º Gr. CO.	289.º y 290.º Gr. CO.	291.º y 292.º Gr. CO.	293.º y 294.º Gr. CO.	295.º y 296.º Gr. CO.	297.º y 298.º Gr. CO.	299.º y 300.º Gr. CO.	301.º y 302.º Gr. CO.	303.º y 304.º Gr. CO.	305.º y 306.º Gr. CO.	307.º y 308.º Gr. CO.	309.º y 310.º Gr. CO.	311.º y 312.º Gr. CO.	313.º y 314.º Gr. CO.	315.º y 316.º Gr. CO.	317.º y 318.º Gr. CO.	319.º y 320.º Gr. CO.	321.º y 322.º Gr. CO.	323.º y 324.º Gr. CO.	325.º y 326.º Gr. CO.	327.º y 328.º Gr. CO.	329.º y 330.º Gr. CO.	331.º y 332.º Gr. CO.	333.º y 334.º Gr. CO.	335.º y 336.º Gr. CO.	337.º y 338.º Gr. CO.	339.º y 340.º Gr. CO.	341.º y 342.º Gr. CO.	343.º y 344.º Gr. CO.	345.º y 346.º Gr. CO.	347.º y 348.º Gr. CO.	349.º y 350.º Gr. CO.	351.º y 352.º Gr. CO.	353.º y 354.º Gr. CO.	355.º y 356.º Gr. CO.	357.º y 358.º Gr. CO.	359.º y 360.º Gr. CO.	361.º y 362.º Gr. CO.	363.º y 364.º Gr. CO.	365.º y 366.º Gr. CO.	367.º y 368.º Gr. CO.	369.º y 370.º Gr. CO.	371.º y 372.º Gr. CO.	373.º y 374.º Gr. CO.	375.º y 376.º Gr. CO.	377.º y 378.º Gr. CO.	379.º y 380.º Gr. CO.	381.º y 382.º Gr. CO.	383.º y 384.º Gr. CO.	385.º y 386.º Gr. CO.	387.º y 388.º Gr. CO.	389.º y 390.º Gr. CO.	391.º y 392.º Gr. CO.	393.º y 394.º Gr. CO.	395.º y 396.º Gr. CO.