

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE CONTABILIDAD



Gestión de calidad de servicio basado ISO 9001 para incrementar la rentabilidad en el Hotel Titanic de la ciudad de Chachapoyas 2020

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
CONTADOR PÚBLICO**

AUTOR

Heydi Elia Orihuela Capcha

ASESOR

Flor de Maria Beltran Portilla

<https://orcid.org/0000-0002-7161-4208>

Chiclayo, 2022

Gestión de calidad de servicio basado ISO 9001 para incrementar la rentabilidad en el Hotel Titanic de la ciudad de Chachapoyas 2020

PRESENTADA POR

Heydi Elia Orihuela Capcha

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

CONTADOR PÚBLICO

APROBADA POR

Maribel Carranza Torres

PRESIDENTE

Rosita Catherine Campos Diaz

SECRETARIO

Flor de Maria Beltran Portilla

VOCAL

Dedicatoria

Dedico esta investigación a mis padres que han sido un ejemplo cada día de mi vida y que han seguido cuidándome a lo largo de toda mi carrera, a mis hermanas que me han dado la fuerza para continuar con este proyecto, y no mostrar debilidad ante cualquier adversidad

Agradecimientos

Agradezco a Dios por guiarme por el buen camino y cuidarme siempre de todo mal

A mi asesora la Mgtr. Flor de Maria Beltran Portilla por su el apoyo constante en todo momento, sus consejos, sus críticas que siempre ayudaron

Gracias a todos los profesores que me enseñaron durante la carrera contribuyendo mucho a nuestra formación

A mis padres y hermanas que se quedaron conmigo en las buenas y en las malas y confiaron en mí hasta el final de esta etapa

Tesis final

INFORME DE ORIGINALIDAD

27%

INDICE DE SIMILITUD

26%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

14%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	6%
2	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	3%
3	inba.info Fuente de Internet	2%
4	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
5	Submitted to Universidad Nacional del Centro del Peru Trabajo del estudiante	1%
6	docplayer.es Fuente de Internet	1%
7	repositorio.untrm.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	dspace.ups.edu.ec Fuente de Internet	1%
9	tesis.ucsm.edu.pe Fuente de Internet	

Índice

Resumen.....	7
Abstract.....	8
I. Introducción	9
II. Marco teórico	11
Antecedentes del problema	11
Bases teóricas - científicas	12
Sistema Gestión de Calidad ISO 9001 - 2015.....	12
Rentabilidad	12
Calidad de Servicio.....	14
III. Metodología	16
Tipo y niveles de investigación.....	12
Diseño de investigación	12
Población, muestra y muestreo.....	12
Criterios de selección.....	17
Operacionalización de variables.....	12
Técnicas e instrumentos de recolección de datos	19
Procedimientos	12
Plan de procesamientos y análisis de datos.....	12
Matriz de consistencia.....	20
Consideraciones éticas.....	21
IV. Resultados	22
Descripción de aspectos generales	22
Evaluar los procesos operativos y determinar los indicadores de gestión	25
Determinar los costos de los servicios actuales	28
Analizar la rentabilidad del año 2020.....	29
Identificar la gestión de calidad mediante el enfoque al cliente y diseñar el sistema de gestión de calidad	31
V. Discusión.....	37
VI. Conclusiones	38
VII. Recomendaciones	40
VIII. Referencias.....	41
IX. Anexos	42

Lista de tablas

Tabla 1. Operacionalización de Variables	18
Tabla 2. Matriz de Consistencia.....	20

Lista de figuras

Figura 1. Procesos del Hotel Titanic 2020.....	24
Figura 2. Flujograma del Hotel Titanic 2020.....	25
Figura 3. Presupuesto de inversión del área de recepción	28
Figura 4. Presupuesto de inversion del área de alojamiento.....	28
Figura 5. Estado de resultado 2020	29
Figura 6. Verificación de la encuesta a los clientes frente a la ISO 9001,2015.....	31

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar el nivel de calidad de servicio en el Hotel TITANIC en Chachapoyas. Para ello se entrevistó a los propietarios de la empresa, se evaluó los procesos operativos, se determinó las deficiencias e indicadores de gestión igualmente se determinaron los costos de servicios actuales, se analizó la rentabilidad correspondiente al año 2020 para identificar la gestión de calidad mediante al enfoque del cliente y posteriormente diseñar el sistema de gestión de calidad.

Fue una investigación de tipo aplicada con enfoque cuantitativo a nivel descriptivo con diseño no experimental, la población fue el hotel Titanic y su muestra fue dichos procesos de la empresa. Las técnicas utilizadas fueron las entrevistas y el análisis documental al gerente general del hotel, encuestas a los huéspedes.

Se determinó que la inversión del hotel a inicios del 2020 se desarrolló y se vio que su costo ha excedido, lo cual no se puede cubrir la rentabilidad para poder atender al cliente a inicios del año se llegó a la conclusión y las recomendaciones de crear un sistema de sitio web para la información del hotel para que los clientes puedan hacer las operaciones directas de su reserva con la finalidad de confirmar su estadía por los días que reserven o hagan uso del hotel.

Palabras clave: Calidad de servicio, hotel, satisfacción del cliente.

Abstract

The main objective of this research was to determine the level of service quality at the TITANIC Hotel in Chachapoyas. The owners of the company were interviewed, operational processes were evaluated, deficiencies and management indicators were determined, current service costs were also determined, and profitability was analyzed for the year 2020 in order to identify quality management through the customer approach and subsequently design the quality management system.

It was an applied research with a quantitative approach at a descriptive level with a non-experimental design, the population was the Titanic hotel and its sample was the company's processes. The techniques used were interviews and documentary analysis of the hotel's general manager and guest surveys.

It was determined that the investment of the hotel at the beginning of 2020 was developed and it was seen that its cost has exceeded, which can not cover the profitability to be able to serve the customer at the beginning of the year it was concluded and recommendations were made to create a website system for hotel information so that customers can make direct operations of your reservation in order to confirm your stay for the days you book or make use of the hotel

Keywords: Service quality, quality level, customer satisfaction

I. Introducción

La calidad del servicio se ha convertido en un tema muy importante ya que el problema que causa en los servicios que brindan los hoteles son mediante a que la tarifa es muy cara y los cuartos no tiene una buena implementación o quizás también es que el personal no cuenta con mucha experiencia al momento de atender al huésped que llega de otro lugar.

La importancia de esta investigación es la mejor atención del buen servicio y la mayor comodidad en los hoteles que si vienes de otro lugar quieres la mejor atención, un buen servicio, un buen cuarto y la mayor comodidad para que el pago sea justo y el cliente se sienta satisfecho la norma ISO 9001 ayuda mucho en los aspectos ya que uno de los beneficios es buscar la satisfacción del cliente que es super importante y uno de las políticas es para que el huésped o la persona que accede el servicio este satisfecho con lo que recibe y así la margen de rentabilidad pueda incrementar por la calidad que recibe.

En la ciudad de Huaraz aprovechan el potencial turístico regional mediante a la calidad de servicio que ofrece a sus huéspedes es que los trabajadores tienen una evaluación personal, las instalaciones y también tienen una organización del servicio que están brindando y a nivel local la casa hospedaje Shubet de la ciudad de Chachapoyas busca determinar las características y necesidades de la demanda para elaborar los licenciamientos de gestión de calidad acorde a la realidad de dicho hotel.

El Hotel Titanic sujeto de esta investigación evaluamos que no brindan la calidad de servicio a los huéspedes y que dichos trabajadores no están capacitados cuando un huésped llega al hotel a hospedarse, ya que se observa en los pasillos discusiones o el tema del horario no se respeta, también no hay un control de caja o de los servicios que se paga, los implementos que necesita la señora de limpieza por ello la problemática se presenta la siguiente interrogante ¿La evaluación de gestión de calidad de servicio basado en la norma ISO 9001-2015 permitirá mejorar la atención al cliente para incrementar la rentabilidad, en hospedaje TITANIC? Efecto que va a tener en la rentabilidad

La Norma ISO 9001 es un conjunto de principios para asegurar un enfoque lógico a la gestión de su organización que satisfaga a sus clientes y partes interesadas, y la rentabilidad según Aguirre (2017) consideran la rentabilidad como un objetivo económico a corto plazo que las empresas deben alcanzar, relacionado con la obtención de un beneficio necesario para el buen desarrollo de la empresa. Por último, la calidad de servicio según Quijano (2020) nos dice que es el cumplimiento de los compromisos ofrecidos por las empresas hacia los clientes.

Parra, Maldonado (2015) manifiesta que uno de los componentes es la calidad de servicio es implementar una mejora en la presentación del servicio y establece algunas estrategias que permitirán la integración y de acuerdo a este resultado plantear una metodología de implementar el mantenimiento del sistema de gestión y mejorar la realización de los procesos, incrementar el nivel de competitividad y productividad para que aumente la satisfacción de los clientes.

En esta investigación se hizo la descripción general del Hotel Titanic desarrollando el flujograma de los procesos y las fases determinándose la necesidad de hacer un presupuesto de inversión para la área de recepción y alojamiento y determinándose la eficiencia con los indicadores de rentabilidad Se recomienda realizar un análisis a la rentabilidad, para poder alcanzar la eficiencia que requiere en cuanto a las ventas que se realizan y también realizar las políticas de gestión de calidad para que el cliente este satisfecho con el servicio que se le brindara.

Por lo siguiente en las discusiones que es al momento de evaluar los objetivo del hotel no cumple cumplen con las normas establecidas de los servicios que brinda al huésped y esto hace que haya muchos problemas en cada proceso que se desarrolla al momento de atender al cliente y una de las recomendaciones que se podría brindar al hotel es crear un sistema de sitio web para la información del hotel para que los clientes puedan hacer las operaciones directas de su reserva con la finalidad de confirmar su estadía por los días que reserven o hagan uso del hotel. La investigación fue estructurada como: I introducción, II revisión de literatura, III materiales y métodos, IV resultados y discusión, V conclusiones, VI recomendaciones, VII lista de referencias y finalmente VIII anexos.

II. Marco teórico

Antecedentes

Naranjo N, Riera P (2013) en su tesis titulada Propuesta de un modelo de un sistema de gestión de calidad, basado en la norma ISO 9001:2008 en el hotel HM Internacional. Tesis para obtener título de Magister en Sistemas integrados de gestión de calidad, ambiente y seguridad. Cuyo objetivo general fue: Diseñar un modelo de gestión de calidad para que el hotel pueda competir con otros servicios hoteleros en diferentes partes del mundo, permitiendo el control de los procesos alcanzando una ventaja competitiva, ofreciendo un servicio de calidad y que aumente la satisfacción del cliente, incremente la rentabilidad del negocio y disminuya los costos, expresa una metodología de carácter descriptivo, cualitativo y ni experimental los cuales sus resultados serán de situación con respecto a lo requerido por el sistema de gestión de calidad que se realizara información en las visitas a las instalaciones del hotel.

Parra.P, Largacha.C, (2011) en su tesis ‘Modelo de calidad en el sector Hotelero de Bahía Solano’ nos planteó que necesito identificar componentes de calidad para que puedan implementar una mejora en la presentación del servicio y estableces algunas estrategias que permitirán la integración, la comunicación y el trabajo en equipo del hotel ya que es necesario llevar una buena comunicación, por ultimo realizar un análisis de los principios de organización y administración que conlleve un mejoramiento continuo para el sector hotelero Bahía Solano.

Maldonado Coral (2015) en su tesis titulada Implementación de un sistema de gestión de calidad conforme a la norma ISO 9001: 2008, en el hotel Chavín Señorial. Tesis para obtener título en Ingeniería industrial y comercial. Cuyo objetivo general fue: que realizo un análisis de situación actual de la empresa, y de acuerdo a este resultado plantear una metodología para una propuesta e implementar el mantenimiento del sistema de gestión y mejorar la realización de los procesos e incrementar el nivel de competitividad y productividad para que aumente la satisfacción de los clientes.

Serrano C, Gonzales N. (2015) en su tesis Propuesta de mejora de la gestión de recursos humanos hotel descanso del inca-Chiclayo,2014 por lo que quisieron diagnosticar la situación del talento humano en el hotel descanso del inca, también evaluar los procesos de administración de recursos humanos y proponer dicha aplicación para que vean los procesos de incorporación, colocación, recompensas, desarrollo, mantenimiento y supervisión de

personas, expresa una metodología de carácter variable requiriendo la recolección de datos en un cuadro operacional de variables, con un resultado que se desarrollara actividades cotidianas de las personas que laboren dentro del hotel como entrevistas entre los administradores y colaboradores.

Guevara C, Huanqui M (2019) en su tesis, Propuesta de un sistema de gestión de calidad, basado en la norma ISO 9001-2015 para la empresa D'Carlo Class Hotel, Arequipa-2018 para competir con otros servicios hoteleros en diferentes partes del mundo, ofreciendo un servicio de calidad que aumente la satisfacción del cliente, incremente la rentabilidad del negocio y disminuya los costos.

Ramos Zuta (2019) en su tesis titulada Lineamiento de gestión de calidad en función a las necesidades de la demanda en la casa hospedaje shubet de la ciudad de chachapoyas 2017. Tesis para obtener título de licenciado en administración de empresas. Cuyo objetivo fue realizar un diagnóstico de la gestión actual y de calidad del hospedaje Shubet para que determine las características y necesidades de la demanda para elaborar los licenciamientos de gestión de calidad acorde a la realidad de dicho hotel. Expresa una metodología de carácter descriptivo, inductivo y deductivo por último sistemático que, de carácter mixto, que con un resultado de información relacionado con su satisfacción y calidad de servicio para identificar su perfil y necesidades.

Bases teóricas

Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001 – 2015

Según la norma (ISO 9001, 2015) “Señalo que toda empresa debió establecer, implementar, mantener, y mejorar continuamente un sistema de gestión de calidad, incluido los procesos que son necesarios y sus interacciones, de acuerdo con los requisitos establecidos en esta norma internacional”

El ciclo PHVA (ISO 9007-2015) “ Describió en cuatro partes que es planificar, hacer, verificar y actuar como primera parte es planificar que esto establece los objetivos del sistema, los procesos, recursos necesarios para generar resultados de acuerdo con los requisitos del cliente, la siguiente parte es el Hacer que esto requiere una implementación de lo planificado, como tercera parte es verificar lo cual desarrolla el seguimiento de la medición de los procesos, productos y servicios respecto a las actividades planificadas sobre los

resultados, como último proceso tenemos al actuar que para esto es tomar acciones para mejorar el desempeño, cuando sea necesario.

Por otra parte, los principios de la gestión de la calidad incluyen en una declaración de cada principio lo cual hace que la base sea racional por que el principio es importante para la organización cuando se aplicó en alguno de estos principios como el enfoque al cliente, compromiso de las personas, toma de decisiones basadas en la evidencia y por último la gestión de las relaciones. (ISO 9001-2015).

Una de las dimensiones es calidad total de producto encontramos tres indicadores como primer punto es revisar las gestiones lo cual nos lleva a que el hotel tenga un cumplimiento de dichos requisitos para que pueda tener la satisfacción del cliente y así poder abordar lo que es los riesgos y oportunidades. Ya que el ciclo de PHVA consiste en que es planificar, hacer, verificar y actuar cada uno de estos ciclos desarrolla un proceso de organización para la gestión de calidad de dicho hotel. La toma de decisiones basada en evidencias nos da como evidencia es verificar la continuidad de mantenimiento y el control del área de operaciones en estos dos indicadores de desarrollan mediante a las evidencias que se da para tener un mayor conocimiento del control y tomar una mejor decisión para poder satisfacer al cliente basadas en evidencias.

Rentabilidad

La manera que se midió la rentabilidad social de las actividades para que aumenten el conocimiento tecnológico que consiste en calcular la contribución del aumento crecimiento económico de un país de medio a largo plazo, lo cual indico que el crecimiento aumenta mediante a la ocupación ya que los factores solo se explican por parte del crecimiento de la productividad total de dichos factores (Busom,2015, Pag 56)

El margen de utilidad bruta es una medida financiera que fue utilizado para determinar la salud financiera de la empresa que indica un porcentaje de los fondos que quedan después del costo de los productos vendidos que es a partir de las cifras de ingresos (Velasquez,2016, Pag 49)

Por otra parte, el margen de utilidad operativa nos mostró que es la realidad económica de un negocio que sirvió para determinar si el negocio ha sido financiado y si sus pasivos pueden ser sustentados al comprar con las utilidades netas para ver si tenemos disposición para cubrir el costo financiero de alguna deuda existente y así pueda obtener sus

ganancias. Por último, la utilidad neta les represento que la utilidad no haya sido afectada por gastos financieros y algunos impuestos. (Velasquez,2016, Pag 49).

Contamos con dos dimensiones la primera es la información financiera, oportuna y razonable que esto no lleva a un grado de razonabilidad de la información financiera como también el grado de rentabilidad de ventas que se presenta en el hotel y así evaluar si es factible lo que se está realizando para tener un mejor resultado y como ultimo ver las operaciones que se desarrolla para obtener una mejor gestión. Otra dimensión es las decisiones financieras sobre las inversiones financiera para la mejora continua, viendo si las decisiones financieras sobre los inversionistas que se opta tendrán mejor resultado para dicho hotel y tener una buena gestión y tomar mejores decisiones al invertir para obtener una mejora continua.

Calidad de servicio

Según Vertice,P (2015) Fue un conjunto de aspectos y características de un producto o servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades de los cliente, claramente es una serie de necesidades, requisitos y expectativas que una empresa proporciona calidad a los consumidores y trata de satisfacer la necesidades que esta proporcionado con calidad que brinda.

Perez F (2018) nos planteó que los costos de la mala calidad se producen por el mal trabajo y esto incurre en costos de mala calidad como al no suministrar la calidad del producto o servicio, cuando no se entrega las cantidades solicitadas en un lugar requerido y el momento deseado por el cliente y por último cuando no hay una oferta no es aceptada por el cliente al no satisfacer sus necesidades.

Que consiste en tres fases y fue aplicable en todo el modelo de calidad de servicio propuesto y su uso debe de hacerse en cada paso que se lleve a cabo que se plante en tres partes como gestión formativa, gestión racional, gestión de desarrollo. (Parra, 2012, Pag 38-39)

Las dimensiones desarrolladas son la capacidad de respuestas aquí vemos si los empleados siempre están dispuestos ayudar, se comuniquen en cuanto concluirá el servicio que están brindando, y por último si los empleados ofrecen un servicio rápido, todo esto lo que se plantea es para poder satisfacer al cliente y así pueda llevar una buena impresión del hotel lo cual optara por recomendar si es bien atendido.

Dentro de la fiabilidad que es importante vemos que si cumplen con lo prometido y si todo eso es de sentido interés para resolver cualquier problema que se presente en el momento y solucionarlo en el momento y también se ve si concluye con el servicio en el tiempo prometido y no comenten errores ya que esto puede traer un poco de fastidio y es tedioso para el huésped que viene de otro lugar, está buscando una buena calidad de servicio para que tenga una gran satisfacción.

III. Metodología

3.1. Tipo y nivel de investigación

Enfoque: Cuantitativo

En este trabajo se utilizará un enfoque cuantitativo lo cual analizaremos la realidad objetiva de mediciones numéricas y analizar predicciones del comportamiento del problema planteado.

Tipo: Aplicada

Esta investigación plantea resolver los problemas que se está ocasionando en el Hotel, presentando una propuesta de gestión de calidad con el fin de lograr la solución problemática que atraviesa el hospedaje que brinda en Chachapoyas

Niveles: Descriptiva

El nivel de investigación será descriptivo porque se detallará la realidad actual en la que se encuentra el hotel Titanic de Chachapoyas, así mismo se describirá la situación de rentabilidad en la que se encuentra para la mejora.

3.2. Diseño de investigación

El tipo de diseño a implantar será

No experimental, ya que los datos se obtuvieron en el determinado tiempo observado

Transversal porque los datos se obtuvieron en un tiempo determinado con la recopilación de los huéspedes del hotel Titanic.

3.3. Población, muestra y muestreo

Población

En nuestra población es hotel Hotel Titánic – Chachapoyas.

Muestra

Se consideraron la obtención de la base de datos de un estudio de 500 huéspedes que acudieron al Hotel Titanic para la selección de la muestra que se utilizó para la técnica de nuestro muestreo probabilístico, para así poder lograr esta muestra que se aplicó la siguiente formula:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Donde:

N= 300 huéspedes

Z= 1.96 nivel de confianza

d= 0.05 error muestral

p= 0.05 probabilidad de éxito

q= 0.05 probabilidad de fracaso

Aplicando la formula tenemos:

$$N = \frac{300 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{1.96^2 (300-1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$N = \frac{480.20}{2.2079}$$

$$2.2079$$

N= 117 huéspedes para encuesta satisfacción al cliente
Muestra adicional: proceso operativo

3.4.Criterios de selección:

La razón por la que se decide realizar esta investigación del Hotel Titanic de Chachapoyas, es por la problemática siguiente: La mala atención al cliente cuando llega a hospedarse, el servicio del cuarto brindado y la baja rentabilidad que recibe el personal

3.5.Operacionalización de variables

Tabla 1. Operacionalización de variables.

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INTRUMENTOS
NORMA ISO 9001 -2015	Norma (ISO 9001, 2015) “Señala que toda empresa debe establecer, implementar, mantener, y mejorar continuamente un sistema de gestión de calidad, incluido los procesos que son necesarios y sus interacciones, de acuerdo con los requisitos establecidos en esta norma internacional”	Comprende la capacidad para proveer productos y servicio ante la necesidad de sus clientes y satisfacción.	Calidad total del producto	Revisar las gestiones, Evaluar sus operaciones, Determinar sus deficiencias	ANALISIS DOCUMENTAL GUIA DE ENTREVISTA
			Ciclo PHVA	Planificar, Hacer, Verificar, Actuar	
			Toma de decisiones basadas en evidencias	Verificar la continuidad de mantenimiento, control de área de operaciones	
RENTABILIDAD	(Busom,2015, Pag 56) La manera de medir la rentabilidad social de las actividades que aumentan el conocimiento tecnológico consiste en calcular la contribución del aumento crecimiento económico de un país de medio a largo plazo, lo cual indica que el crecimiento aumenta mediante a la ocupación ya que los factores solo se explican por parte del crecimiento de la productividad total	Determina si la empresa está generando recursos suficientes para pagar costos y remuneración a sus propietarios	Información financiera, oportuna y razonable	Grado de razonabilidad de I.F, gestión y operaciones, rentabilidad de ventas	ANALISIS DOCUMENTAL GUIA DE ENTREVISTA
			Decisiones financieras sobre las inversiones y financiamientos para la mejora continua	Decisiones financieras sobre las inversiones, operativas de mejora continua	
CALIDAD DE SERVICIO	Vértice, P (2015) Es el conjunto de aspectos y características de un producto o servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades del cliente, claramente es una serie de necesidades, requisitos y expectativas que una empresa proporciona calidad a los consumidores y trata de satisfacer las necesidades que esta proporcionado con calidad que brinda.	Comprende que es una herramienta para la mejora continua de los clientes mediante a la calidad que le brindan	Capacidad de respuestas	Los empleados siempre están dispuestos ayudar, ofrecen un servicio rápido	ANALISIS DOCUMENTAL GUIA DE ENTREVISTA
			Fiabilidad	Sincero interés para resolver problemas, concluyen el servicio en el tiempo promedio y no comenten errores	

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Entrevista: Se realizará un contacto directo con el Gerente general y un cuestionario a los huéspedes del Hotel Titanic de Chachapoyas.

3.7. Procedimientos

Se recolectará un base de datos de las encuestas realizadas Recoger información referida a los trabajadores del Hotel Titanic Preparar observaciones de los registros obtenidos en el transcurso del tiempo

Determinación de los indicadores de rentabilidad mediante análisis documental

3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos

Describir la aplicación de las encuestas a los huéspedes del Hotel y ver si están conforme con el servicio y así poder mejorar el servicio brindado cada día.

Elaborar cuadro con la información de los trabajadores del Hotel Titanic

3.9. Matriz de consistencia

Tabla 2. Matriz de Consistencia

PROBLEMA PRINCIPAL	OBJETIVO PRINCIPAL		VARIABLES	
¿La evaluación de gestión de calidad de servicio basado en la norma ISO 9001 – 2015 permitirá mejorar la atención al cliente para incrementar la rentabilidad, en hospedaje TITANIC?	OBJETIVO ESPECIFICO: <ul style="list-style-type: none"> - Describir aspectos generales del Hotel Titanic - Evaluar los procesos operativos y determinar los indicadores de gestión - Determinar los costos de los servicios actuales - Analizar la rentabilidad del año 2020 - Identificar la gestión de calidad mediante al enfoque al cliente basado en la 9001 y diseñar las políticas de gestión. 		Norma ISO 9001 – 2015	Independiente
			Rentabilidad	Dependiente
			Calidad de servicio	Interviniente
DISEÑO Y TIPO DE LA INVESTIGACIÓN	PROBLACIÓN	MUESTRA	PROCEDIMIENTO	PROCESAMIENTO DE DATOS
TIPO Y NIVELES DE INVESTIGACIÓN Enfoque: Cuantitativa Tipo: Aplicada Nivel: Descriptiva DISEÑO METODOLÓGICO Descriptivo no experimental	El Hotel TITANIC	Base de datos de un estudio de 500 huéspedes que acudieron al Hotel Titanic, lo cual se aplico una formula y nos salió para entrevistar 217 huéspedes	Análisis documental Ficha de observación Guía de entrevista	Se desarrollará a través de la entrevista al representante legal del hotel Titanic para conocer la situación Recurrir a una ficha de observación se identificarán los procesos operativos Haciendo uso de inversión con un análisis documental, se determinará cual es la rentabilidad del año 2020.

3.10. Consideraciones éticas

La información que se ha obtenido de los trabajadores del Hotel Titanic de Chachapoyas se considera de confidencialidad y no podrá ser manipulada por terceros, solo es para efectos de investigación.

IV. Resultados

4.1.1 Describir aspectos generales del Hotel Titanic

El motivo por el cual empezó esta decisión para crear el Hotel Titanic es para que brinde el servicio de estadía a los huéspedes que vienen de diferentes lugares a conocer Chachapoyas, y buscan una buena estadía en su visita y este satisfecho del servicio que estará recibiendo.

Los servicios del hotel son importantes mediante a la calidad que se brinda una de las razones principales del cliente es el trato de inicio a fin, también es el servicio que estas brindado que se verá reflejado en las habitaciones que se hospedarán cuando encuentran todo satisfactorio no van a tener ningún problema alguno.

Misión: Lograr ser reconocidos por nuestro prestigio en los mercados locales y nacionales con tal ubicarnos en preferencia de nuestros huéspedes consiguiendo así fortalecer la historia de la región donde nos encontramos.

Visión: Buscamos satisfacer las necesidades de nuestros huéspedes, brindando servicio de alta calidad con el personal capacitado, buena infraestructura con reflejo de nuestra historia emblemática de nuestra región.

El tipo de cliente que nos dirigimos es al turismo y trabajo, los lugares que vienen a hospedarse en nuestro hotel son de Chiclayo, Moyobamba, Tarapoto, Jaén, Bagua, Lima, Cajamarca, Chimbote entre otros.

El motivo principal que tiene el hotel es que las personas que viene a hospedarse en nuestro hotel son por el precio y se encuentra ubicado en el centro de la ciudad y está cerca a los lugares principales que se puede conocer en la ciudad es uno de los motivos principales.

En el tiempo que el hotel está en el mercado no ha realizado alguna encuesta para ver si la satisfacción de su cliente es buena o mala para que tenga algún conocimiento adecuado para la mejora de su servicio, si realizan una pequeña reunión y se comunica para que el personal tenga en cuenta. El personal que se tiene en el hotel es suficiente porque cada uno tiene un rol importante de las actividades que está desarrollando, el hotel también cuenta con una temporada adecuada durante el año que es el mes de julio y agosto uno es por fiestas patrias y el otro es por el aniversario de la región y por la virgen asunta esos dos meses

donde se ve que hay más gente de lo habitual y las ventas aumentan lo cual hace que el porcentaje de los huéspedes aumenten.

Lo que falta al hotel es que no tiene un programa de atención al cliente para la satisfacción alguna y tener el mejor trato al huésped que se hospeda en el hotel para poder mejor esto sería tener capacitaciones al personal para que tengan conocimiento y lleve un mejor trato y servicio al cliente. También se puede decir que una de las diferencias que ofrece el hotel en el servicio uno es que no es un hotel A1, pero si cuenta con comodidades, la tarifa es cómodo al bolsillo del cliente, tiene la mayoría de implementos en el cuarto que el huésped necesita para sus necesidades.

Uno de los planes como todos los hoteles es que a largo plazo es mejorar la calidad de servicio, los servicios brindados al cuarto sean para la satisfacción del cliente y modernizar nuestro hotel con algún diseño que contiene nuestra región donde está ubicada.

FIGURA 1: *Procesos del hotel*

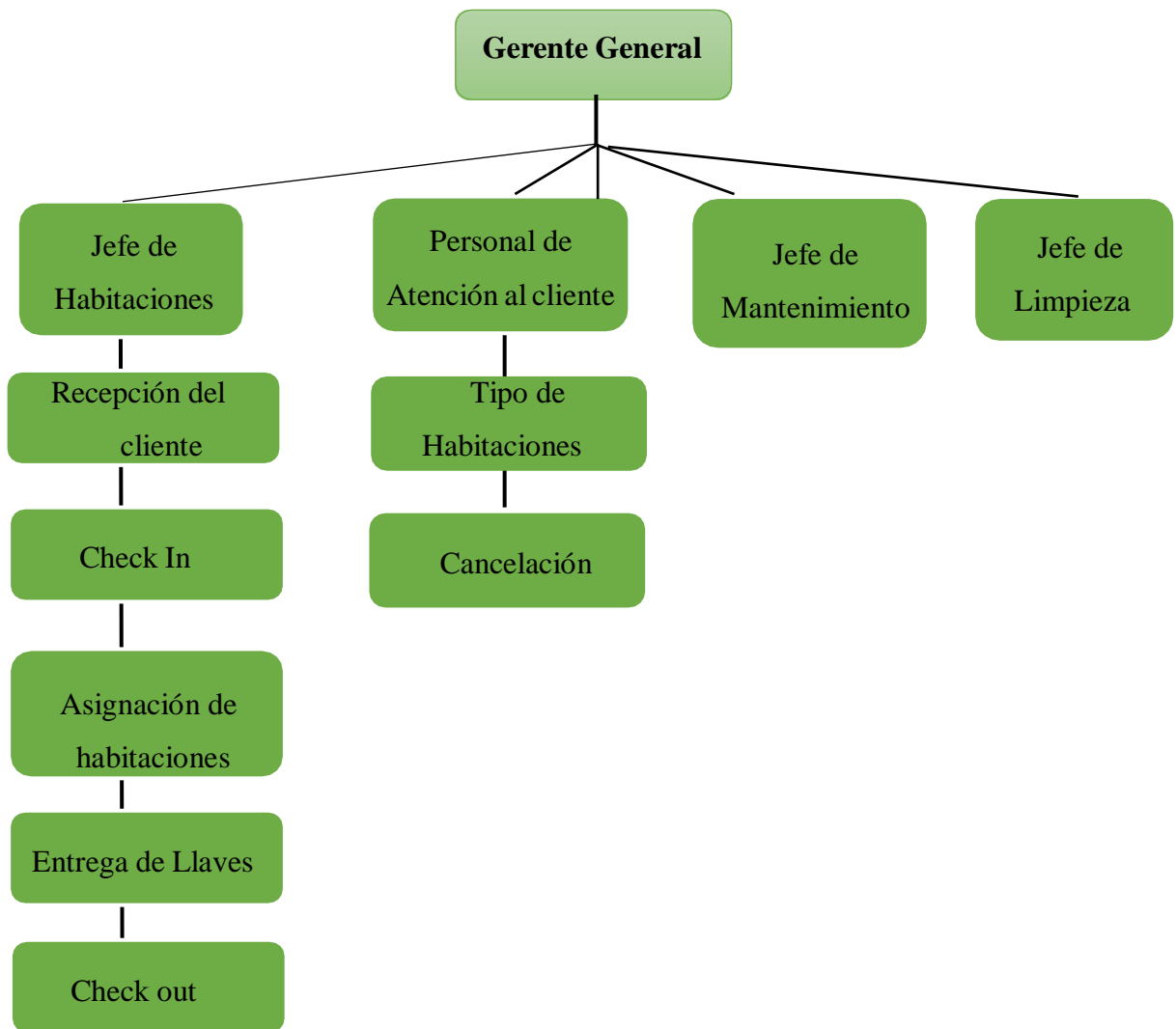


Ilustración: Organigrama del Hotel Titanic Nota: Fuente información de entrevista realizada

Funciones:

Gerente general: Propone y diseña los lineamientos de la política institucional, objetivos, estrategias, planes, presupuestos y proyectos a desarrollar por la institución.

Jefe de habitaciones: Reportar diariamente los ingresos obtenidos a gerencia y al área de administración, también controla la circulación de huésped, empleados y visitantes en el Hotel Titanic, asigna las habitaciones correspondientes y entregar las llaves de acceso a los huéspedes.

Personal de atención al cliente: Se encarga de brindar atención al cliente lo que es las consultas de los precios de las habitaciones y lo que contiene cada habitación que

desea el huésped.

Jefe de mantenimiento: Desarrolla el arreglo y da mantenimiento a los baños, camas, duchas, etc lo que necesita mantenimiento y así pueda estar en un buen uso para el cliente que viene a hospedarse.

Jefe de limpieza: La señora de limpieza desarrolla su actividad de lunes a Domingo, cambia las sábanas de los cuartos, limpia los pisos de cada cuarto y pasadizo, los baños limpian con los adecuados utensilios para una mejor higiene, limpia ventanas puertas lo que es necesario para que el cuarto este en las mejores condiciones para el huésped que viene a hospedarse.

4.1.2 Evaluar los procesos operativos y determinar los indicadores de gestión

Figura 2: *Flujograma del Hotel Titanic*

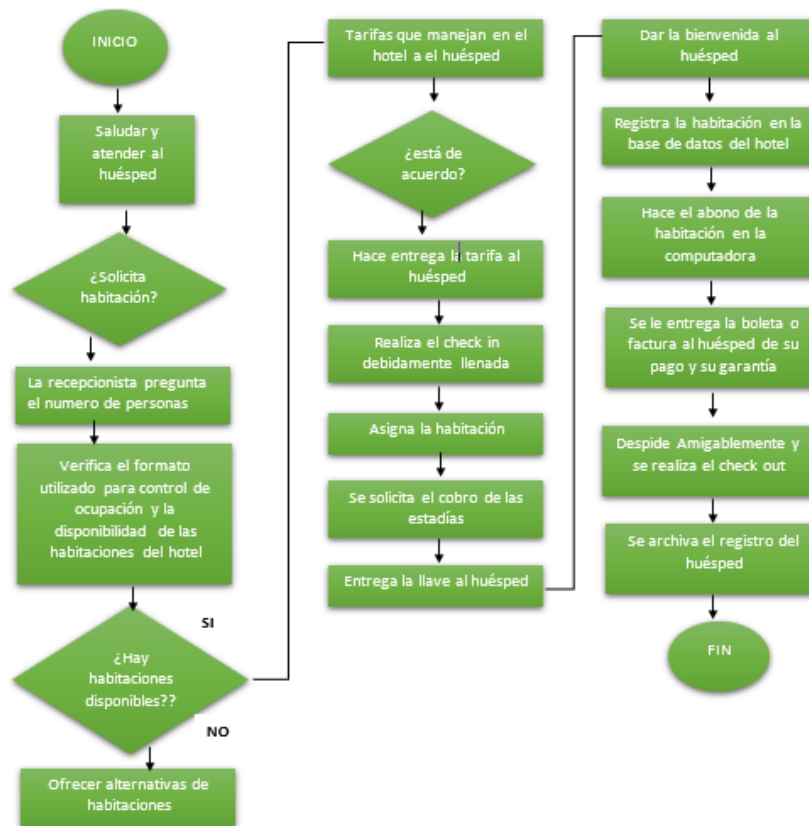


Ilustración: Flujograma del Hotel Titanic

Nota: Fuente información de entrevista realizada

Funciones del Proceso Operativo

Recepción del cliente: La recepción se hace a través de una llamada si es que el huésped desea separar alguna habitación de su agrado con un adelanto de dinero para que este reservado o también se hace en el momento cuando llegan al hotel hacer una reserva y si desean hospedarse ahí mismo se le explica lo que contiene cada cuarto y cómo será el servicio que está brindando el hotel. **Check in:** Se le registra los datos de las personas que van a estar hospedadas todos los datos necesarios y el pago que realizará si será mediante efectivo o alguna tarjeta que disponga para llevar el control de registro, ya que al momento de que ingrese el otro personal tenga conocimiento de la persona que está hospedada en la habitación designada.

Asignación de habitaciones: El huésped después de registrarlo nos indica que

habitación va querer ya sea una simple, matrimonial, doble o triple cuando escoge una de ellas se le designa a la habitación con todas las indicaciones necesarias y este a gusto en el cuarto donde va estar.

Entrega de llaves: Las llaves que se le entrega al huésped es confidencial solo para la persona que está en la habitación ya que solo esa llave es para el huésped y en caso si se queda un día más de lo habitual se le entrega a la señora de limpieza para que haga limpieza el cuarto, después otra persona notiene la llave.

Check out: Es la salida de la habitación en cual el huésped estuvo hospedado se revisa si todos los elementos están completos en el cuarto y en caso si se olvida algún objeto se lo guarda en recepción y si hay posible reclamo se lo entrega inmediato.

Fase de estadía del huésped

Tipo de habitación: Se da conocimiento al huésped del cuarto va a desear para que este hospedado en ello, también se da en conocimiento al huésped las tarifas que maneja el hotel desde lo más cómodo hasta lo más alto

Cancelación: En este caso solo cuenta con efectivo y las reservas son en el mismo hotel con algún adelanto, no cuenta con alguna red social solo a los huéspedes más habituales por conocimiento se hace recepción por llamada. También lo que lleva es el tiempo que se va a registrar al huésped, se le indica la hora de ingreso y salida de la habitación y en caso si se va a quedar un día más nos tiene que dar conocimiento para que la siguiente persona que este en recepción tenga en cuenta el huésped que esta hospedado en el cuarto por el tiempo que este.

Mantenimiento de las habitaciones: Solo informan cuando hay un problema y lo indica el huésped mas no hay un registro de cada día o semana en caso de un problema, al momento de entregar la llave al huésped y el cuarto tenga un problema con la luz o el baño esta descompuesto no se lo puede solucionar al momento ese cuarto por que será difícil llamar a un técnico para solucionar ese problema, pero al día al huésped es cambiarle de cuarto.

Limpieza: La señora de limpieza de los siete días de la semana solo limpia 6 días de las cuales un día hace limpieza general de todos los cuartos así este ocupado y los demás días limpia solo los cuartos que están ocupados y cambialo que es las sábanas,

las toallas, los cubrecamas.

Servicio al cuarto: Los cuartos que tiene el hotel son sencillos no contiene ningún teléfono para comunicarse con recepción para que brinde algún servicio, al contrario, si el huésped desea algo se tiene que acercarse a la recepción y comunicarlo y así brindarle ese servicio porque no contiene servicio al cuarto, el cuarto donde se encuentran cuenta lo que es con Wi-Fi, Cable eso no contiene un monto adicional de la tarifa que brinda el hotel.

Personal de atención al cliente: Son personas que quizás por un anuncio visto vienen a trabajar mas no son capacitados o tengan algún conocimiento adecuado del servicio que van a brindar al cliente, las capacitaciones en este caso al personal no se tienen, solo por aprendizaje saben que al cliente se le tiene que atender con educación y un buen trato para que vuelva en otra oportunidad a hospedarse.

Indicadores de Gestión

Reclamos de los clientes: Son las personas que dan su punto de vista del servicio que le brindaste ya que aquí van a poder sus quejas del servicio que no fue para su satisfacción.

Clientes que aumentan: Es cuando los clientes se sienten satisfechos del servicio brindado esto hace que tienes un punto a favor porque aumentara los clientes con el tiempo que vas atendiendo en el hotel, si es lo contrario será que los clientes disminuyan porque no se sienten satisfechos del servicio y no cumple con lo que le ofreciste.

4.1.3 Determinación los costos de los servicios actuales.

Figura 3: *Presupuesto de inversión área de recepción*

Área de Recepción			
Descripción	Cantidad	Precio	Total
Computadora	1	3,500.00	S/ 3,500.00
Celular	1	850.00	S/ 850.00
Bancos para recepcion	3	250.00	S/ 750.00
Folder	1	3.00	S/ 3.00
Tv	1	1,200.00	S/ 1,200.00
Camaras	8	350.00	S/ 2,800.00
Pintura de pared	1	700.00	S/ 700.00
Vidrio para cubrir recepcion	1	500.00	S/ 500.00
TOTAL			S/ 10,303.00

Fuente: En base a los datos obtenidos del hospedaje

Fecha: 2020

Figura 4: *Presupuesto de inversión área de alojamiento*

Área de Alojamiento			
Descripción	Cantidad	Precio	Total
Cama	25	S/ 400.00	S/ 10,000.00
Colchon	25	S/ 800.00	S/ 20,000.00
Televisores	25	S/ 1,200.00	S/ 30,000.00
Veladores	25	S/ 50.00	S/ 1,250.00
Plancha industrial	2	S/ 400.00	S/ 800.00
Lavadora	1	S/ 2,500.00	S/ 2,500.00
Inodoro	19	S/ 320.00	S/ 6,080.00
Sillas	25	S/ 30.00	S/ 750.00
Sabana 1.1/2 pl	13	S/ 35.00	S/ 455.00
Sabana 2 pls	12	S/ 40.00	S/ 480.00
Edredones	25	S/ 80.00	S/ 2,000.00
Toallas	30	S/ 16.00	S/ 480.00
Trapeador	2	S/ 45.00	S/ 90.00
Almudadas	25	S/ 25.00	S/ 625.00
Pintura para cuarto	1	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00
TOTAL			S/ 71,380.00

Fuente: En base a los datos obtenidos del hospedaje

Fecha: 2020

4.1.4 Analizar la rentabilidad del año 2020.

Figura 5: Estado de resultado

Estado de Resultado Del 01/01 al 31/12 del 2020	
Ventas netas o lng por servicios	S/ 23,732.00
Desc. Rebajas y bonif. Concedidas	S/ -
Ventas Netas	S/ 23,732.00
Costo de Ventas	S/ -
Resultado bruto utilidad	S/ 23,732.00
Resultado bruto perdida	S/ -
Gastos de ventas	-S/ 12,650.00
Gastos Administrativos	-S/ 14,028.00
Resultado de operación Utilidad	S/ -
Resultado de operación Perdida	-S/ 2,946.00
Ingresos financieros gravados	S/ -
Otros ingresos gravados	S/ -
Otros ingresos no gravados	S/ -
Enajen de val y bienes del Act. Fijo	S/ -
Costo enajen de val y bienes Act. Fij	S/ -
Gastos diversos	S/ -
Resultados antes de part Utilidad	S/ -
Resultado antes de part Perdida	-S/ 2,946.00
Distribucion legal de la renta	S/ -
Resultados antes del Imp Utilidad	S/ -
Resultados antes del Imp Perdida	-S/ 2,946.00
Impuesto a la Renta	S/ -
Resultado del ejercicio Utilidad	S/ -
Resultado del ejercicio Perdida	-S/ 2,946.00

Fuente: Estado de resultado del Hotel Titanic

Fecha: 2020

Indicadores de rentabilidad

Rentabilidad Neta de activo			
Utilidad Neta	x	Ventas	= -S/ 0.03
Ventas		Activo Total	

La inversión del activo total con relación a la actividad neta es muy baja en el año 2020, demostrando que no se están manejando bien los activos en relación a la utilidad neta, ya que se tiene una baja rentabilidad, y el promedio recomendable es del -0.03% a menos.

Margen Bruto			
Ventas - Costo de ventas	=		2.12
Ventas			

Se observa que la empresa en el año 2020, demuestra que no tiene un margen razonable, ya que no está dentro del rango óptimo que es de 30% a más, lo cual no demuestra un buen manejo de las ventas en relación a su costo de ventas, ya que la diferencia indica el margen bruto que tiene la empresa.

Margen operacional			
Utilidad Operacional	=	-5/	0.12
Ventas			

Se observa que el margen de utilidad operativa no es regular en el año 2020, ya que es -12%. Lo que demuestra que su margen operativo es negativo y no demuestra que se ha tenido utilidad operativa aceptable, ya que, dentro de los gastos operativos, están los gastos administrativos, ventas, entre otros, entonces el reflejar ese margen, demuestra que no se están manejando bien los gastos en relación de los ingresos.

Margen Neto de ventas			
Utilidad Neta	=		-0.12
Ventas			

Se observa que el margen de utilidad neta es demasiado bajo ya que tiene en signo negativo lo cual no supera el 10%, y esto demuestra que la empresa ha incurrido en mayores gastos financieros, impuestos o participaciones, afectando directamente a la utilidad neta, sin embargo, no se puede rescatar algo positivo sino algo negativo, que sería que la empresa está en pérdida.

El Margen operativo y la utilidad neta son negativos e iguales ya que para el año 2020 surgió el tema del COVID 19 esto hizo que la empresa no generaba muchos ingresos para poder cubrir algunos gastos que se estaban realizando el hotel TITANIC.

4.1.5 Identificar la gestión de calidad mediante al enfoque al cliente basado en la ISO 9001 y diseñar las políticas de gestión

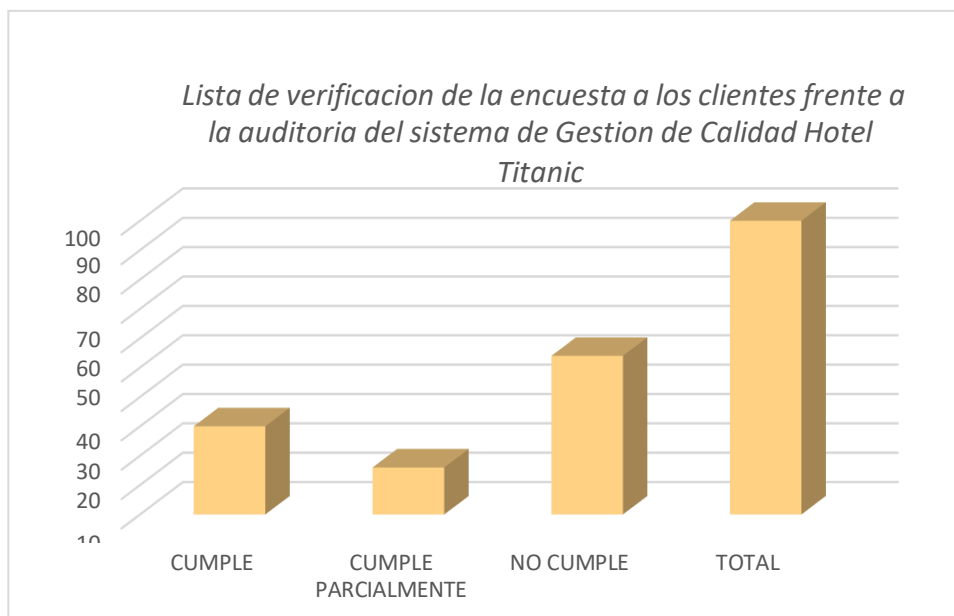
Adaptación de la Norma ISO 9001 en el Hotel Titanic				
Área de recepción y atención al cliente frente a los requisitos de la Norma ISO 9001				
REQUISITOS	CUMPLE	CUMPLE PARCIALMENTE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES
1. Requisitos Generales				
Las organizaciones establece, documenta implementa y mantiene un SGC y mejora continuamente su eficacia de acuerdo con los requisitos de esta norma			x	El hotel no cuenta con un sistema de gestión de calidad
Las organizaciones:				
4.2 Requisitos de la documentación				
4.2.1 Generalidades				
La documentación del SGC incluye				
1. Declaraciones documentadas de una política de la calidad y de objetivos de la calidad			x	No se tienen política ni objetivos de calidad
2. Manual de la calidad			x	No existe manual de calidad
3. Los procedimientos documentales y los registros requeridos por esta norma internacional			x	No se cuenta con los procedimientos establecidos por la norma
4.2.2 Manual de la calidad				
La organización establece y mantiene un manual de la calidad que incluya				
1. El alcance del SGC incluyendo los detalles y la justificación de cualquier exclusión			x	No se tiene un manual de calidad
2. Los procedimientos documentados establecidos de la calidad o referencia a los mismos			x	No se tienen procedimientos de calidad
3. Una descripción de la interacción entre los procesos de		x		Se tienen, pero no es muy clara la secuencia e interacción de los procesos
5. RESPONSABILIDAD DE LA DIRECCIÓN				
5.1 Compromiso de la dirección				
1. Comunicado a la organización la importancia de satisfacer tanto los requisitos del cliente los legales y	x			Se cuenta con todos los requisitos legales y reglamentarios
2. Establecido la política de la calidad			x	No se cuenta con una política de calidad
3. Asegurando que se establecen los objetivos de la calidad			x	No se cuenta con una política de calidad
4. Llevando a cabo las revisiones por la dirección			x	No se cuenta con una política de calidad
5. Asegurando la disponibilidad de recursos		x		Se tiene establecido en el presupuesto
5.2 Enfoque al cliente				
La alta dirección asegura de que los requisitos del cliente se determinen y se cumplen con el propósito de aumentar la satisfacción del cliente			x	Una de las opciones sería que realicemos una encuesta interna de satisfacción y ver las puntuaciones que se obtiene mediante a una página donde se realice encuestas breves de los clientes
5.3 Responsabilidad y autoridad				
La alta dirección se asegura de que las responsabilidades y autoridades están definidas y son comunicadas dentro de la organización		x		Se tienen establecidas las autoridades que cada uno desarrolla, pero las funciones específicas no se tiene ni el cargo que uno ocupa, lo realizan de manera desordenada.
5.4 Comunicación interna				
La alta dirección se asegura de que se establecen los procesos de comunicación apropiados dentro de la organización y de que la comunicación se efectúe considerando la eficacia del SGC			x	Se podría realizar cada 15 días una junta para informarse de todos los detalles que tienen los clientes mediante a la satisfacción ya que no contamos con la comunicación interna y no vemos los procedimientos que podría desarrollar
6. Procesos relacionados con el cliente				
6.1 Determinación de los requisitos relacionados con el producto				
La organización determina				
1. Los requisitos específicos por el cliente, incluyendo los requisitos para las actividades de entrega y las posteriores a la misma	x			Se tiene una especificación en los contratos con los tour que operan el servicio de ellos.
2. Los requisitos legales y reglamentarios aplicables al p	x			
3. Cualquier requisito adicional que la organización considere necesario	x			
6.2 Comunicación con el cliente				
La organización determina e implementa disposiciones eficaces para la comunicación con los clientes, relativas				
1. La información sobre el producto	x			
2. Las consultas, atención de pedidos, incluyendo las modificaciones	x			
3. La retroalimentación del cliente, incluyendo sus quejas	x			La gerencia maneja las quejas y reclamos con los clientes
6.3 Propiedad del cliente				
Se cuida los bienes del cliente mientras estén bajo el control de organización		x		El hotel cuenta con cámaras de seguridad, desde el inicio de la entrada hasta los pasadizos de los pisos en donde se encuentran
Se identifica, verifica protege y salvaguarda los bienes que son propiedad del cliente suministrados para su utilización dentro del producto	x			
Cuando el bien del cliente se pierde, deteriora, o de algún otro modo se considera inadecuado para su uso, la organización informa de ellos al cliente y mantener el	x			Se tienen los registros de pérdida del cliente en caso olviden alguna pertenencia.
6.4 Satisfacción del cliente				
Se realiza el seguimiento de la percepción del cliente con respecto al cumplimiento de sus requisitos			x	Necesitan hacer un pequeña encuesta interna de satisfacción y el nivel de aceptación que están teniendo en hotel mediante a una plataforma
Se determina los métodos para obtener y utilizar dicha información			x	

Fuente: En base a las encuestas obtenidas del hospedaje

Fecha: 2020

Se realizó la encuesta en el Hotel Titanic referente a la Norma ISO 9001-2015, donde se evidencio que no se tiene implementado un sistema de gestión de calidad arrojando un 16% de cumplimiento.

Figura 6: Verificación de la encuesta a los clientes frente a la ISO 9001, 2015



Fuente: ISO 9001, 2015

El grafico muestra un resumen de resultados de la evaluación del sistema de gestión de calidad del hotel, que muestra que el hotel cumplió con 30 de ellos, 16 fallaron parcialmente y 54 fallaron, aunque la mayoría de los criterios de los huéspedes fallaron, todos los hoteles muestran algunos criterios de calidad estándar

Para ello el Hotel plantea tener algunas de políticas para que la calidad de servicio sea satisfactoria para el huésped que viene de otro lugar para que visite donde está ubicado el hotel y una de las políticas son:

El Hotel Titanic busca mostrar la identidad, historia con gran calidez, lo que queremos es encantar a quienes nos visitan para que su experiencia sea inolvidable y que su estadía sea muy satisfactoria.

Para lograr la satisfacción de nuestros clientes en su estadía en el Hotel Titanic, nos queremos basar en el mejoramiento continuo de nuestros equipos de trabajo.

Capacitarnos y cuidando de los colaboradores, trabajadores en un marco valórico de integridad, empatía, solidaridad y disciplina. Asimismo, buscamos el aprendizaje permanente y estandarizado para que entreguen un buen servicio profesional y de gran calidez.

Pretender ser un referente nacional e internacional de la identidad para lograr la excelencia que buscamos estandarizar y ser profesionales en nuestros procesos a través del sistema de Gestión de Calidad, basado en la norma ISO 9001:2015. No tiene directivas por escrito por el personal o un reglamento

Diseño de políticas de gestión

Producción del servicio

Nada puede cambiar las necesidades del servicio físico de las personas, cuando se realiza el servicio se requiere que el cliente este físicamente presente, para que cuando el cliente visite, vea que el servicio se realizó con satisfacción, pero dependerá de factores como:

Reuniones con el personal de servicio

Interacción con el equipo de limpieza

Características y comportamiento de otros clientes

Entonces, este tipo de servicio es donde el cliente tiene que estar presente porque cuando llega al lugar donde se realiza el servicio, ve lo que se está considerando. Por otro lado, las empresas de servicios hacen un gran trabajo enseñando a sus clientes las formas más efectivas de participar en la operación del servicio, y cuando más tiempo se quede el cliente, más importante es brindarle comodidad y cumplir con sus requisitos.

Recursos humanos

Otro factor a considerar es el de RR. HH, en este caso se trata de poder garantizar que los empleados se mantengan en contacto con los clientes y mantengan una apariencia aceptable con las habilidades personales y técnicas necesarias para funcionar correctamente. Al mismo tiempo, los propios clientes

necesitan orientación básica sobre cómo trabajar de forma eficaz con el propio personal de servicio

Calidad y productividad en la administración de servicio

La calidad y la productividad son muy diferentes en términos de creación de valor para los clientes y creación de valor para la misma empresa, es decir la calidad se centra principalmente en los beneficios proporcionados al mismo cliente, mientras que la productividad se refiere al costo financiero en el que incurre la empresa principalmente en forma de precios al cliente.

Sin embargo, podemos mencionar algunos componentes de calidad basados en los servicios prestados:

Elemento tangible: Estos son los aspectos físicos como instalaciones humanas, documentos y medios utilizados para mantener una presencia física que debe superar las expectativas del cliente.

Confiabilidad: Se trata de ejecutar un servicio promedio con precisión, velocidad y rendimiento.

Aseguramiento: Es prestigio, profesionalismos y seguridad que se constituye la confianza del cliente. Una buena evaluación y remuneración son factores claves para el éxito y crecimiento de los empleados que representan a la empresa, ya que podrán resolver los problemas de inmediato.

Empatía: Es una buena comunicación y comprensión con el cliente porque conduce a un servicio personalizado y dejara al cliente sea único y este satisfecho en el momento.

Recomendaciones para eliminar las deficiencias del servicio

Zeithaml, Parasuraman y Berry, (2017) dan algunas recomendaciones para eliminar las deficiencias que puedan presentarse el servicio, entre las que tenemos

Descubrir lo que sus clientes esperan

Asegurar que el desempeño del servicio cumpla con el estándar

Establecer estándares de calidad adecuados en el servicio

Asegurarse de que los clientes expliquen exactamente lo que quieren transmitir

Desarrollo de un sistema de información de calidad del servicio

Existen dos enfoques que miden la calidad del Servicio que es

El enfoque SOFT: Es aquel que recoge información cuando se habla con los clientes, empleados y otros agentes relacionados con la misma empresa

El enfoque HARD: Es una característica y actividades que pueden ser contadas, controladas, medidas a través de auditorías.

Berry y Parasuraman recomiendan usar múltiples métodos de investigación con diferentes grupos de clientes a lo largo. Las capacidades metodológicas incluyen:

Análisis de quejas de los clientes

Encuestas continuas por teléfono o correo electrónico de los titulares de las cuentas

Entrevistas a grupos reconocidos pero reducidos para estudiar con profundidad los aspectos cualitativos. Encuestas a los empleados para determinar las percepciones de la calidad del servicio en temas concretos.

Recopilación de datos sobre la realización del servicio, incluyendo tiempos de índices de fallas, espera del servicio y por último los costos de realización

Una organización de servicio definitiva que motiva, capacita y apoya a los empleados un servicio que lo mantiene despierto y receptivo a las necesidades de

sus clientes. Los trabajadores de primera línea eficaces pueden centrarse en el cliente y adaptarse a sus circunstancias, marco de referencia y necesidades. En este sistema de entrega los servicios de apoyo al personal deben estar dedicados a servir al cliente y no a la organización.

V. **Discusión**

Al evaluar los objetivos del hotel no cumple con las normas establecidas de los servicios que brinda al huésped y esto hace que haya muchos problemas en cada proceso que se desarrolla al momento de atender al cliente esto hace que su servicio que brinda al cliente no es del todo conforme a lo que un hotel podría brindar y así no puede llevar un buen sistema de calidad al cliente según Velasco (2010) manifiesta que los procesos operativos combinan y transforman recursos para obtener el producto o proporcionar el servicio conforme a los requisitos del cliente, aportando en consecuencia un alto valor añadido

Se determinó que la inversión del hotel a inicios del 2020 se desarrolló y se vio que sus costos han excedido, lo cual no se puede cubrir la rentabilidad para poder atender al cliente a inicios del año y esto hace que la inversión no pueda cubrir los gastos para la recepción, los cuartos que estén bien instalados esto hace que la inversión sea muy alta y que los precios por los cuartos que brinda son muy bajos lo cual nos lleva a tener una mala rentabilidad en la actualidad, los costos que tiene el hotel en el tema de los precios de los cuartos son los mismos no ha cambiado hasta el momento por el mismo servicio que brinda. Begoña (2015, p. 40) el costo se define como el equivalente monetario de los bienes o servicios consumidos en el proceso de producción. La rentabilidad en el hotel en el año 2020 se ha determinado que los costos son excesivamente altos y que sus precios de ventas del hotel son bajos a nuestros costos y esa es la razón por la que afecta la rentabilidad según Aguirre al. (2018) consideran la rentabilidad como un objetivo económico a corto plazo que las empresas deben alcanzar, relacionado con la obtención de un beneficio necesario para el buen desarrollo de la empresa.

La identificación de la gestión de calidad se identificó mediante a las encuestas realizadas a los huéspedes del hotel para obtener que tan satisfechos están del servicio y si cumple con todo lo establecido que tiene que cumplir en la calidad del cliente que es lo principal, también es diseñar un sistema de gestión de calidad

VI. Conclusiones

La empresa hotel Titanic tiene muchas deficiencias que hace que el control de calidad al cliente no sea satisfactoria al 100% ,ya que contamos con aspectos generales de la empresa como la política de calidad, y las funciones que tiene el hotel cómo consiguiente se obtuvo que tiene una buena misión y visión, entonces lo que tendríamos es solucionar los problemas es que el poco compromiso del personal, la falta de mantenimiento e infraestructura ya que con esto alcanzamos consecuencias con los clientes insatisfechos, nuestros clientes más habituales son familias, turistas, viajeros estas personas buscan comodidad y calidad para que se queden hospedados en el hotel y es una de las cosas que el hotel aun no cumple para que el huésped quede en su totalidad satisfecho, la demanda es buena en una cierta temporada del año que es en el mes de julio y agosto uno es por fiestas patrias y el otro es por el aniversario de la región ya que es bien aceptado en esa temporada porque conocen lugares turísticos y hay una que otra fiesta en la región y pueden tener una bonita estadía tanto en el hotel como en la región.

Los procesos operativos establecidos en el hotel no son eficientes y son supervisados por el mismo dueño de la empresa, dando a conocer que cada proceso tiene una determinada función, los indicadores de gestión tienen un diagnóstico que nos da a reconocer mediante los reclamos del cliente para tener conocimiento y poder mejorar en algunos aspectos y también observar si los clientes están satisfechos por los servicios brindados, nuestros indicadores de gestión son los reclamos del cliente que se dan cuando no están conforme o satisfechos por la atención que se brindó o el servicio que se realizó y aumento de cliente se da cuando tenemos calidad de servicio y cumplimos con las comidas que quiere el huésped que viene a hospedarse en el hotel buscando la mejor atención.

Los costos del servicio están realizados mediante un proceso de inversión y esto está dividido en dos partes que son el área de alojamiento y de recepción, los costos aquí es que han gastado demasiado, pero para un bien que es la implementación del servicio que está brindando el hotel, las comodidades principales que el huésped tiene que tener, lo que nos falta es que la organización de todo lo obtenido no lo saquemos provecho ya que implementamos los cuartos para que el costo que ofrecemos este de acorde con los cuartos y el servicio brindado.

La rentabilidad obtenida en el año 2020 en el hotel está interpretada en los indicadores de rentabilidad como rentabilidad neta de activo que es de - S/ 0.03 este resultado nos sale porque la empresa no está manejando bien los activos relacionados con la utilidad neta por queso es que hay una baja rentabilidad, margen bruto de 2.12% lo cual demuestra que no tiene un margen razonable y no está dentro del rango óptimo que es el 30%, margen operacional es de - S/0.12 demostrando que no tiene una utilidad operativa aceptable porque no están manejando bien los gastos en relación de los ingresos, margen neto de ventas - S/ 0.12 es demasiado bajo ya que tiene es negativo y no supera al 10% que tiene que ser esto demuestra que la empresa ha incurrido a mayores gastos financieros, impuestos afectando directamente a la utilidad neta.

La políticas de gestión ayudara incluidos mediante a un software permitirá mejorar la eficiencia en diferentes aspectos, lo principal seria para la satisfacción del cliente y facilite ver las tarifas del mercado, esto hace que afecte la rentabilidad porque no hay un registro habitual para saber cómo se está manejando es que necesitamos es una política de calidad mediante a encuesta de satisfacción del cliente ya que esto nos dará conocimiento en lo cual podemos seguir mejorando para poder atraer más clientes y tomar mejores decisiones al momento de atenderlos y lleven una gran impresión del hotel.

VII. Recomendaciones

Capacitar a los empleados para que tengan los conocimientos suficientes para responder a las preguntas e inquietudes de los clientes ayudara a mantener y generar su confianza, concientizar al personal de primera línea que brindar un buen servicio incluye puntualidad y sinceridad, lo que ayudara a mantener y mejorar la calidad del servicio brindado en el hotel

Crear un sistema de sitio web para la información del hotel y para que los clientes puedan hacer las operaciones directas de su reserva con la finalidad de confirmar su estadía por los días que reserven o hagan uso del hotel

Monitorear y ejecutar cada la infraestructura y evaluar la calidad de servicio con pequeñas encuestas donde pueda preguntarse al respecto del servicio y las inconformidades que tengan.

VIII. Referencias

- Albites, C. (2015). *La calidad en los servicios de hospedaje tres estrellas en relación a la segmentación del mercado en Huaraz - Perú*. Lima.
- Amil, G. (2017). *Certificación ISO 9001 En El Rubro De La Hoteleria*.
- Arias, C. (2015). *Calidad de servicio y satisfaccion del cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro hoteles de tres estrellas del distrito de Piura, 2015*. Lima: Universidad Catolica Los Ángeles Chimbote.Lima.
- Barbara, F. (2016). *Nivel de calidad de servicio en el Hotel León de Oro Inn & Suites*. Lima, Perú: Universidad Cesar Vallejo.
- Barragan, M. (2019). *La calidad del servicio bajo el modelo serqual en el Hotel 'Los portales' Chiclayo 2017*. Chiclayo .
- Bautistas, D. (2020). *Propuesta De Sistema De Gestión De Calidad En Las Empresas De Servicios Hoteleros - " Hotel Las Vegas " S.A.C, Basado En La ISO 9001:2015 - Cajamarca 2019*.
- Benzaquen de las Casas, J. (2018). La ISO 9001 y la administracion de la calidad total en las empresas perunas. *Universidad y Empresas*, 281-312.
- Bobadilla, K., & Encinas, S. (2015). *Estudio comparativo de la calidad de servicio en los hoteles La Xalca Hotel y Meflo en el distrito de Chachapoyas - 2015*. Amazonas, Chachapoyas.
- Calero, D. (2016). *Analisis De La Rentabilidad Financiera Del Hotel Luna S.A En Los Periodos 2013-2014*.
- Cañi, E. M. (2016). *La gestión de servicio al cliente y nivel de rentabilidad del sector hotelero del distrito de tacna año 2015*. Tacna.
- Ferrer, M. (2014). Control de gestion para procesos de apoyo Hoteleros. *Revista Venezolana de gerencia* , 490-507.
- Monsavel, C. (2015). *Gestión De La Calidad Del Servicio En El Hoteleria Como Elemento Clave En El Desarrollo De Destinos Turisticos Sostenibles Caso Bucaramanga*.
- Pérez, V. (2006). *Calidad total en la atencion al cliente, Pautas para garantizar la excelencia en el servicio*. Madrid: Idesas propias editorial .
- Pizarro, E. (2018). *Propuesta de un plan de marketing para mejorar el servicio del sector hotelero en la ciudad de Chachapoyas - Amazonas 2017*. Amazonas.

- Sanchez.D. (2017). *Rentabilidad De Hoteles Boutique Explicada Desde La Experiencia Memorable.*
- Sandoval, J. (2019). *Analisis De La Rentabilidad Economica y Financiera Del Hotel Los Conquistadores De Trujillo Periodo 2013 - 2017.*
- Tupayachi, R. (2016). *Nivel de calidad de servicio en el Ocean Hotel, Lima. .* Lima : Universidad Cesar Vallejo .

IX. Anexos

Anexo 1:

Balance General del Hotel Titanic 2020

Balance General (Valor Histórico al 31 de dic. 2020)					
ACTIVO			PASIVO		
Caja y bancos	359	11096	Sobregiros bancarios	401	
Inv valor razonable y disp para la vita	360		Trib y apori stat pena y salud p pagar	402	
Clas por cobrar comerciales - terc	361		Remuneraciones y particip por pagar	403	
Clas por cobrar comerciales - relac	362		Clas por pagar comerciales - terceros	404	
Clas por cob per, acc, soc, dir y ger	363		Clas por pagar comerciales -relac	405	
Clas por cobrar diversas - terceros	364		Clas por pagar acción, directores y ger	406	
Clas por cobrar diversas - relacionados	365		Clas por pagar diversas - terceros	407	
Serv y otros contratados por anticipado	366		Clas por pagar diversas - relacionadas	408	
Estimación clas de cobranza dudosa	367		Obligaciones financieras	409	
Mercaderías	368		Provisiones	410	
Productos terminados	369		Pasivo diferido	411	
Subproductos, desechos y desperdicios	370		TOTAL PASIVO	412	0
Productos en proceso	371				
Materias primas	372				
Materiales aux, suministros y repuestos	373				
Envases y embalajes	374		PATRIMONIO		
Existencias por recibir	375		Capital	414	100000
Devaluación de existencias	376		Acciones de inversión	415	
Activos no clas mantenidos para la vita	377		Capital adicional positivo	416	
Otros activos corrientes	378		Capital adicional negativo	417	
Inversiones mobiliarias	379		Resultados no realizados	418	
Inversiones inmobiliarias (1)	380		Excedente de revaluación	419	
Activ adq en arrendamiento finan. (2)	381		Reservas	420	
Inmuebles, maquinaria y equipo	382	100000	Resultados acumulados positivos	421	14042
Depreciación de 1,2 e IME acumulados	383		Resultados acumulados negativos	422	
Intangibles	384		Utilidad del ejercicio	423	
Activos biológicos	385		Pérdida del ejercicio	424	(2946)
Deprec ad biol, amort y agota acum	386		TOTAL PATRIMONIO	425	111096
Devaluación de activo inmovilizado	387				
Activo diferido	388				
Otros activos no corrientes	389		TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	426	111096
TOTAL ACTIVO NETO	390	111096			

Anexo 2

*Impuesto a la Renta de Tercera Categoría y determinación de Deuda del Hotel**Titanic 2020*

IMPUESTO A LA RENTA		IMPORTE	
Impuesto a la Renta	Utilidad antes de adiciones y deducciones	100	
	Pérdida antes de adiciones y deducciones	101	(2946)
	Adiciones para determinar la renta imponible	103	
	Deducciones para determinar la renta imponible	105	
	Renta neta del ejercicio casilla(100 ó 101) + casilla 103 - casilla 105	106	
	Pérdida del ejercicio casilla(100 ó 101) + casilla 103 - casilla 105	107	(2946)
	Ingresos exonerados	120	
	Pérdidas netas compensables y/o aplicación de ejercicios	108	(0)
	Renta neta imponible casilla 106 - casilla 108	110	0
	TOTAL IMPUESTO A LA RENTA	113	0
	Saldo de pérdidas no compensadas	111	(2946)
	Coefficiente o porcentaje para el cálculo del pago a cuenta	610	1.5
	Coefficiente o porcentaje	686	0
	Créditos sin devolución	Crédito por impuesto a la renta de fuente extranjera	123
Crédito por reinversiones		136	
Crédito por inversión y/o reinversión - Ley del Libro		134	
Pagos a cuenta del impuesto a la Renta acreditados contra el ITAN		126	(0)
Otros créditos sin derecho a devolución		125	
Sub Total (Cas. 113 - (123 + 136 + 134 + 126 + 125))		504	0
Créditos con devolución	Saldo a favor no aplicado del ejercicio anterior	127	(0)
	Pagos a cuenta mensuales del ejercicio	128	(241)
	Retenciones renta de tercera categoría	130	(0)
	Otros créditos con derecho a devolución	129	
	Sub Total (Cas.504 - Cas. (127 + 128 + 130 + 129))	506	(241)
	Pagos del ITAN (no incluir monto compensado contra pagos a cta de Rta.)	131	(0)
Otros	Saldo del ITAN no aplicado como crédito	279	