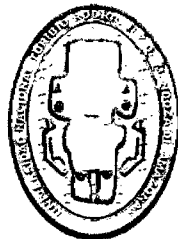


UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE
AMAZONAS

FACULTAD DE TURISMO Y CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES



TESIS



17 8 JUL 2013

**“CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE
HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE
VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012”**

PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN TURISMO Y ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

Bach. Carmen Gisella Peralta Villalobos

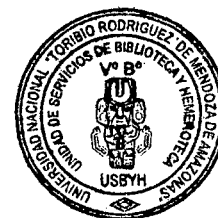
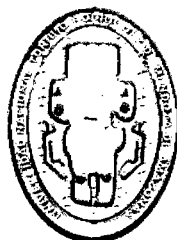
JURADOS:

- Econ. Rojas Mallqui Cirilo Lorenzo Presidente
- Lic. Rojas Paico Jessica Noemi Secretario
- Lic. Tamayo Beltran Agustín Vocal
- Econ. Mendoza Alfaro Dante Rafael Accesitario

CHACHAPOYAS - AMAZONAS - PERÚ

2012

UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE
AMAZONAS
FACULTAD DE TURISMO Y CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES



11 8 JUL 2013

TESIS

**“CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE
HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE
VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012”**

PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN TURISMO Y ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

Bach. Carmen Gisella Peralta Villalobos

ASESOR:

Lic. Ricardo Rafael Alva Cruz

CHACHAPOYAS _ AMAZONAS _ PERÚ 2012



UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS



Ley de Creación N° 27347 - Res. Función. N° 114 - 2001 - CONAFU

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

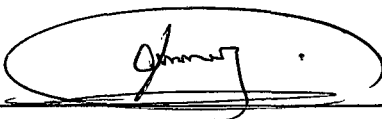
PHD. HAB. Vicente Marino Castañeda Chávez
RECTOR

Dr. Roberto José Nervi Chacón
VICERRECTOR ACADÉMICO (E)

Dr. Ever Salome Lazaro Bazan
VICERRECTORA ADMINISTRATIVA (E)

Mg. Barton Gervasi Sajami Luna
DECANO

JURADO



Eco. Lorenzo Rojas Mallqui
PRESIDENTE



Lic. Jessica Noemí Rojas Paico
SECRETARIO



Lic. Agustín Tamayo Beltrán



Econ. Dante Rafael Mendoza Alfaro
Accesitario

DEDICATORIA

A Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mis padres por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo.

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de tesis primeramente me gustaría agradecerte a ti Dios por todo el gran amor, por la fuerza, y la valentía que toda mi vida me has dado, por toda la luz que ha proyectado en mi camino y por todas las grandes personas que siempre has puesto en mi camino; por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado.

A la UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRIGUE DE MENDOZA por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional; a mis profesores que durante toda mi carrera profesional han aportado a mi formación.

A los propietarios; personal de los establecimientos hoteleros; instituciones que me brindaron su tiempo y apoyo para la recolección de información para llevar a cabo este trabajo.

Gracias a todos.

VISTO BUENO DEL ASESOR

Yo, Ricardo Rafael Alva Cruz, Licenciado en Turismo y Docente de la Facultad de Turismo, Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de esta Casa Superior de estudios; como asesor del presente trabajo de investigación, considero que la tesis: Calidad en la prestación del servicio de hospedaje percibida por los turistas que visitan la ciudad de Chachapoyas – 2012, elaborada por la bachiller Carmen Gisella Peralta Villalobos, ha concluido satisfactoriamente. Por lo tanto, DOY EL VISTO BUENO respectivo para su evaluación y sustentación correspondiente.

Chachapoyas, Diciembre del 2012.



LIC. RICARDO RAFAEL ALVA CRUZ
ASESOR

ÍNDICE

RESUMEN.....	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	4
2.1. Base teórica	4
2.2. Antecedentes	24
2.3. Realidad Problemática	30
2.4. Planteamiento del Problema.....	33
2.4.1. Formulación del Problema	33
2.5. Justificación del Problema	33
2.6. Hipótesis.....	36
2.7. Objetivos	35
2.7.1. Objetivo General	35
2.7.2. Objetivos Específicos.....	35
III. PLAN DE INVESTIGACIÓN	37
3.1. Diseño de la Investigación	37
3.2. Material de Estudio	37
3.3. Población y Muestra.....	37
3.3.1. Población.....	37
3.3.2. Muestra.....	38
3.4. Métodos, Técnicas, Instrumentos y Procedimientos.....	42
3.4.1. Métodos.....	42

**"CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE
VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012"**

3.4.2. Instrumentos	43
3.4.3. Técnicas de Investigación	44
IV. RESULTADOS	45
4.1 Resultado de la Encuesta Aplicada a Turistas Nacionales Alojados en Establecimientos de Hospedaje de la ciudad de Chachapoyas	46
V. DISCUSIONES	61
VI. CONCLUSIONES	70
VII. RECOMENDACIONES	72
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	74
IX. ANEXOS	75

“CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012”

RESUMEN

La presente tesis titulada “CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012” , es un estudio realizado para conocer de cerca las características actuales que presentan los establecimientos de hospedaje de esta ciudad y a la vez la capacidad de respuesta a las necesidades y expectativas de los turistas.

La investigación tuvo como objetivo general “evaluar la calidad en prestación del servicio de hospedaje percibida por los turistas que visitan la ciudad de Chachapoyas 2012” y como objetivos específicos “determinar las características que presenta el personal que presta el servicio de hospedaje en la ciudad de Chachapoyas”, “precisar las condiciones de las instalaciones, equipos y mobiliario que presentan los establecimientos de la ciudad de Chachapoyas” y “diagnosticar el nivel de organización y gestión de la calidad dentro de los establecimientos de hospedaje de la ciudad”.

A través de la utilización de los métodos inductivo- deductivo, analítico, etnográfico y estadístico y la aplicación de encuestas a turistas y trabajadores de los establecimientos de hospedaje, se recogió información valiosa que deja constancias de las múltiples deficiencias que aún presenta el servicio de hospedaje en aspectos relacionados con las instalaciones, la organización y el personal debiéndose aplicar medidas correctivas orientadas a lograr la plena satisfacción de los visitantes nacionales y extranjeros.

Palabras Clave: CALIDAD, SERVICIO, CALIDAD DEL SERVICIO.

"CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012"

ABSTRACT

This thesis entitled "QUALITY HOSTING SERVICE PROVISION perceived by tourists visiting the city of Chachapoyas YEAR 2012", is a study to learn about the current characteristics presented accommodation establishments in this city yet responsiveness to the needs and expectations of tourists.

The overall research aimed to "evaluate the service quality perceived by hosting tourists visiting the city of Chachapoyas 2012" and specific objectives "determine the features found in the personnel providing the hosting service in the city of Chachapoyas "," the conditions of the facilities, equipment and furnishings that have establishments in the city of Chachapoyas "and" diagnose the level of organization and quality management within the lodging establishments in the city. "

Through the use of inductive and deductive methods, analytical, ethnographic and statistical surveys and the application of tourists and workers accommodation establishments, collected valuable information that lets multiple records of the remaining gaps hosting service in aspects of facilities, organization and staff being due corrective actions aimed at achieving the full satisfaction of local and foreign visitors.

Keywords: quality, service, quality of service.

I. INTRODUCCIÓN:

El turismo es uno de los fenómenos socioeconómicos de mayor crecimiento en las últimas cinco décadas. La globalización ha traído consigo la posibilidad de acceder a información e imágenes de entornos y culturas que atraen la atención de los seres humanos y que generan un mayor número de desplazamientos a nivel mundial. Poco a poco resurge el interés por conocer el pasado, la historia, el folklore, las raíces de pueblos milenarios como el Perú y que viene dando lugar a una transculturación invisible que acorta las distancias entre las razas, las culturas, las lenguas y que fomenta la conservación del medio ambiente y el uso racional y sostenible de los recursos.

La demanda turística se ha segmentado de tal manera que mediante ofertas múltiples y productos con características diversas se puede satisfacer las necesidades, expectativas y sueños de distintos grupos.

Los turistas son cada vez más exigentes, sofisticados y conocedores por tanto es mucho más difícil sorprenderlos con establecimientos de hospedaje con habitaciones confortables y modernas debido a que lo que causa mayor impacto es el contacto humano y el buen servicio que contenga las particularidades de la cultura que visitan.

La calidad en la prestación de los servicios en los establecimientos de hospedaje es un reto y un compromiso de todos los empresarios que tienen visión de futuro, se orientan a la mejora continua y son capaces de involucrar a todos sus colaboradores para que sean los artífices que combinen elementos tangibles e intangibles y brinden servicios de calidad que se posicionen en la mente de los clientes.

"CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012"

El concepto de calidad es consecuencia de la modernidad y de los avances de los últimos años y no siempre es percibida de la misma manera pues depende de cada persona y es la única referencia capaz de fidelizar o alejar por completo a los clientes y en la industria hotelera lo único que se llevan los huéspedes son un cúmulo de recuerdos, sensaciones y emociones que le pueden durar para toda la vida o que puede olvidar en un momento.

La región Amazonas está experimentando el crecimiento de la actividad turística en los últimos años. En el Plan de Desarrollo Concertado de la Región Amazonas para el periodo 2008-2015 se reporta que el sector servicios es el que aporta más al PBI regional debido a un fenómeno de tercerización de la economía y la urbanización que experimenta la región.

La oferta de servicios turísticos va en aumento registrándose un incremento de la capacidad instalada de los establecimientos de hospedaje entre los años 2003 al 2006, aumentando de 68 a 88 hospedajes en los tres años anteriormente citados.

En el 2004, según la Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje, el flujo de turistas que recibió Amazonas fue de 109,893 visitantes; de los cuales 107,807 fueron nacionales y 2,086 extranjeros.

La Región Amazonas requiere el desarrollo sostenible del turismo procurando ofrecer un producto de calidad dentro del cual la planta turística y particularmente los establecimientos de hospedaje desempeñan un rol trascendental en la experiencia de viaje tanto de los turistas nacionales como de los internacionales y cuyo RRHH tiene la responsabilidad de prestar el servicio de manera eficaz y eficiente para satisfacer las expectativas de los huéspedes.

“CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012”

Bajo esta visión se planteó la presente investigación para conocer la calidad en la prestación del servicio de hospedaje percibida por los turistas que visitan la ciudad de Chachapoyas teniendo como modelo de medición de la misma la escala HOTELQUAL que considera como relevantes los aspectos de personal, organización e instalaciones para determinar la satisfacción de los huéspedes.

El objetivo principal perseguido fue “evaluar la calidad en prestación del servicio de hospedaje percibida por los turistas que visitan la ciudad de Chachapoyas 2012”; los objetivos específicos versaron en torno a “determinar las características que presenta el personal que presta el servicio de hospedaje en la ciudad de Chachapoyas”, “evaluar las condiciones de las instalaciones, equipos y mobiliario que presentan los establecimientos de la ciudad de Chachapoyas” y “evaluar el nivel de organización y gestión de calidad dentro de los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Chachapoyas.”

Mediante la aplicación de encuestas se recogió las opiniones de turistas nacionales, turistas internacionales y de los trabajadores de los establecimientos de hospedaje con la finalidad de conocer de cerca la realidad de los hoteles/hostales.

II. MARCO TEÓRICO:

2.1 Base Teórica:

El turismo constituye actualmente una de las actividades económicas más importantes a nivel mundial. Si bien es cierto, la crisis económica internacional ha disminuido el flujo turístico, países como EE.UU, Francia, España, entre otros; siguen beneficiándose de la industria sin chimenea. El concepto de turismo hace referencia a “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”.¹ Proviene del vocablo inglés *tour*, que significa viaje y hace referencia las actividades que realizan las personas fuera de su entorno habitual.

El turismo tiene un efecto multiplicador debido a que desencadena beneficios a distintos segmentos de la población del destino turístico y promueve el desarrollo de diferentes actividades en el mismo.

Las motivaciones por las cuales los turistas se desplazan son de distinta índole por tanto los destinos turísticos deben desarrollar una oferta que sea diversificada y que dé lugar a satisfacer los distintos segmentos. La actividad turística está representada por “las cosas que quiere hacer el turista, son en definitiva la razón básica de que acontezca el turismo y de que se genere una serie de consumos específicos. Son el objetivo de su viaje

¹ OMT, 1998. pág11

"CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012"

y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios turísticos."²

El mundo globalizado en el cual vivimos presenta retos y desafíos cada vez más altos que exigen un mayor grado de competitividad para las empresas debido a que la competencia no es solo a nivel nacional sino también a nivel mundial. Esto trae consigo un creciente interés por el mejoramiento continuo de las organizaciones para alcanzar estándares internacionales y dar respuesta a los requerimientos del público objetivo al cual se orienta el producto o servicio ofrecido.

De esta manera es cada vez más relevante la incorporación del término calidad en la gestión de las organizaciones modernas, interesadas en mantenerse en el mercado y estar a la vanguardia. Este concepto ha ido variando en los diferentes momentos históricos por los cuales ha atravesado la sociedad y se ha adaptado a los contextos económicos, industriales, socioculturales o tecnológicos de cada época, por tanto no existe una definición única de calidad.

Según Deming "la calidad es el grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste y adecuado a las necesidades del mercado. Sin una disminución de la variabilidad de las características del producto/ servicio no se puede garantizar una calidad uniforme y su mejora" (Deming 1989)

Por su parte, Crosby, define la calidad como la "conformidad con la especificación o el cumplimiento de requisitos. Sin una concreción en

² Boullón. 1990. pág145

especificaciones que trasladen al lenguaje técnico los deseos del cliente, es muy difícil obtener los objetivos de la calidad." (Crosby 2000)

Ishikawa considera la calidad como "el diseño de un producto y oferta de un bien y servicio que sea útil, lo más económico posible y siempre satisfactorio para el cliente." (Ishikawa 1991)

Con una visión más actual, y el modelo EFQM sostiene que la calidad es el (modo sobresaliente de gestionar la organización y obtener resultados, mediante la aplicación de los siguientes ocho conceptos fundamentales: orientación a resultados; orientación al cliente; liderazgo y constancia de objetivos; gestión por procesos y hechos; desarrollo e implicación de las personas; aprendizaje; innovación y mejora continuos; desarrollo de alianzas y responsabilidad social" (European Foundation for Quality Management 2003)

Al revisar los diferentes enfoques de calidad orientada a satisfacer las expectativas de los clientes se puede apreciar que se lograra cuando coincidan la calidad programada por la organización, la realizada y la necesitada por el cliente.

Se denomina Calidad Programada a "aquella establecida por la organización como objetivo y que se concreta en las especificaciones de diseño para el producto o servicio, así como para los diferentes sistemas de gestión y los procesos necesarios." (Almeida 2006)

“CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012”

Para que una organización alcance la calidad programada se necesita aspectos que la complementen como una cultura y estrategia adecuada, un proceso de planificación, la existencia de objetivos realistas que estén alineados con las necesidades y expectativas de los clientes, la asignación de recursos y capacidades adecuados, entre otros.

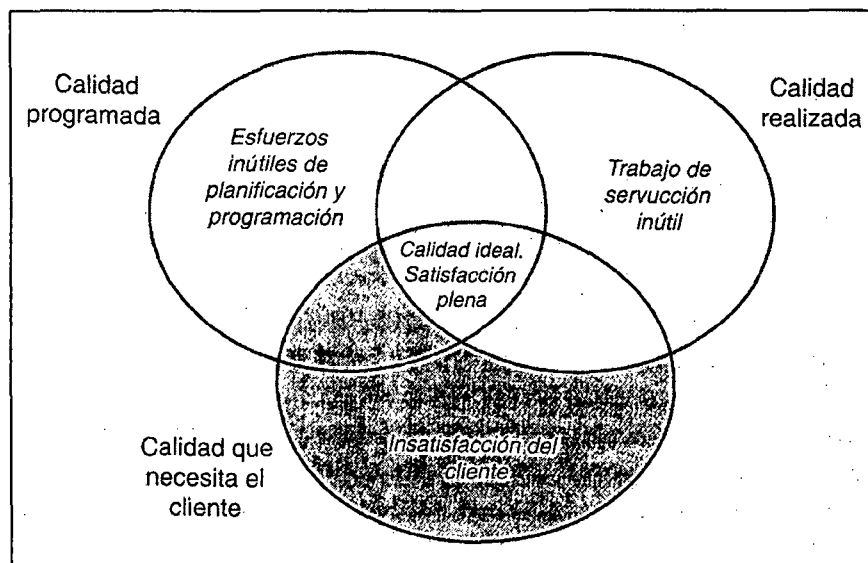
A su vez, Almeida considera que la calidad realizada es “es aquella obtenida realmente tras la consecución del proceso de producción o servicio, y que queda plasmada en el producto o servicio que ofrece la organización al cliente.” (Almeida 2006). Este tipo de calidad se ve influida por aspectos referidos a la adecuada gestión del cambio, la comunicación de los objetivos al personal, la existencia de procedimientos o manuales de desempeño, la capacitación del personal, entre otros.

Finalmente la calidad que necesita el cliente hace referencia a “la demandada por éste, manifestada en sus necesidades y expectativas, y que podrá analizarse a través de metodología tales como las encuestas de opinión y de satisfacción, los grupos de trabajo y mejora con los clientes, la recogida y análisis de las quejas y reclamaciones, el análisis de la oferta de los competidores y las mejoras prácticas, u otros medios de análisis y estudio.” (Almeida 2006)

En el siguiente gráfico, se plasma gráficamente los tipos de calidad siendo la intersección de las mismas la calidad ideal y la satisfacción plena

“CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012”

Tipos de calidad



Fuente: Almeida, Barcos. "Gestión de la calidad de los procesos turísticos". Madrid 2006

De acuerdo a lo anteriormente mencionado, la calidad es un concepto que esta inherentemente ligado al turismo debido a que lo ofrecido al visitante radica principalmente en las experiencias y satisfacción que este tenga de las mismas. Y es que la actividad turística está referida a la prestación de servicios entendiéndose este como "un conjunto de esfuerzos humanos en una organización, con la finalidad de satisfacer las necesidades de los consumidores a través de un óptimo uso de los productos o para generar otros beneficios. El servicio únicamente existe como una experiencia vivida, del cual, el consumidor puede expresar su satisfacción o insatisfacción solo después de consumirlo. (Sosa 1994).

Otros autores conceptualizan como servicio al conjunto de acciones de dar y hacer, así como de medios personales, materiales, financieros, tecnológicos, de información y conocimiento, para satisfacer las

necesidades y expectativas de los clientes en cada momento" (Alonso 2006, 27).

Para el caso del turismo, el servicio turístico está definido como "toda actividad realizada por una persona física o moral, pública o privada tendiente a satisfacer necesidades específicas directamente planteadas por el desplazamiento turístico" (Ramírez 2002, 66). Por tanto el servicio comprende acciones y beneficios orientados a satisfacer las necesidades de los turistas usando convenientemente recursos humanos, técnicos, materiales y financieros de la organización.

El servicio presenta características básicas a las que Kotler (1997) describe como intangibilidad, heterogeneidad, carácter perecedero e inseparabilidad. La intangibilidad está referida a los beneficios que recibe el cliente pero que no puede palpar o poseer. La heterogeneidad señala que el resultado del servicio depende de quién lo ejecute y el contexto en que sea generado y la percepción de la calidad del mismo depende de la subjetividad de quien lo contrata. El carácter perecedero hace alusión a que los servicios no pueden almacenarse. La inseparabilidad se da debido a que se dan simultáneamente la producción y el consumo del servicio y el usuario también se ve inmerso en el mismo. El cuadro muestra las características del servicio.

“CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012”

Características Diferenciadoras entre bienes y servicios

	Servicios	Bienes
Intangibilidad	Son intangibles	Son tangibles
	No se pueden almacenar	Se pueden almacenar
	No se pueden transportar	Se pueden transportar
	No hay transferencia de propiedad	Transferencia de propiedad por la compra
	No se pueden patentar	Se pueden patentar
	Difícil establecer su costo	Facilidad estableciendo el costo
	El output es un proceso o una actividad	El output es una cosa
	Tiene consecuencias	Tienen formas
Inseparabilidad	No se pueden separar las funciones de producción, distribución y consumo.	Las funciones de producción y distribución separadas del consumo.
	Se prestan tras una solicitud hecha por el cliente.	Se pueden fabricar antes de que lo pida el cliente.
	La satisfacción del trabajador es fundamental.	La satisfacción del trabajador no es prioritaria.
	Capacidad no usada es capacidad perdida.	Las empresas pueden “jugar” con la capacidad.
	El cliente es parte del proceso de producción.	El cliente no participa en el proceso de producción.
Heterogeneidad	Son variados.	Se pueden estandarizar.
	El cliente percibe riesgo elevado.	El cliente percibe riesgo menor.
	Las personas influyen en la percepción.	No influye quien los produzca.
Caducidad	Son perecederos.	Pueden no ser perecederos.
	No pueden inspeccionarse.	Pueden inspeccionarse.
	No tienen una vida, tienen dimensión temporal.	No tienen dimensión temporal, pero si tienen vida, utilidad durante un tiempo.
	No se pueden inventariar.	Se pueden inventariar.
	No se pueden devolver.	Se pueden devolver.

Fuente: Dávila y Flores (2008) *Calidad del servicio percibida por clientes de entidades bancarias de Castilla y León y su repercusión en la satisfacción y la lealtad a la misma*. México

“CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012”

El servicio de hospedaje da lugar a un alto grado de participación del personal, de las instalaciones y equipos para hacer satisfactoria la experiencia de los huéspedes. Grönroos (1994) clasifica además a los servicios en dos categorías: *servicios genéricos* (conocidos también como servicios sustanciales) representados por lo que el cliente espera recibir mínimamente y son la base del negocio y *servicios periféricos* (extras) que complementan al servicio genérico. El matiz equilibrado de estas dos categorías dan lugar a la satisfacción del cliente.

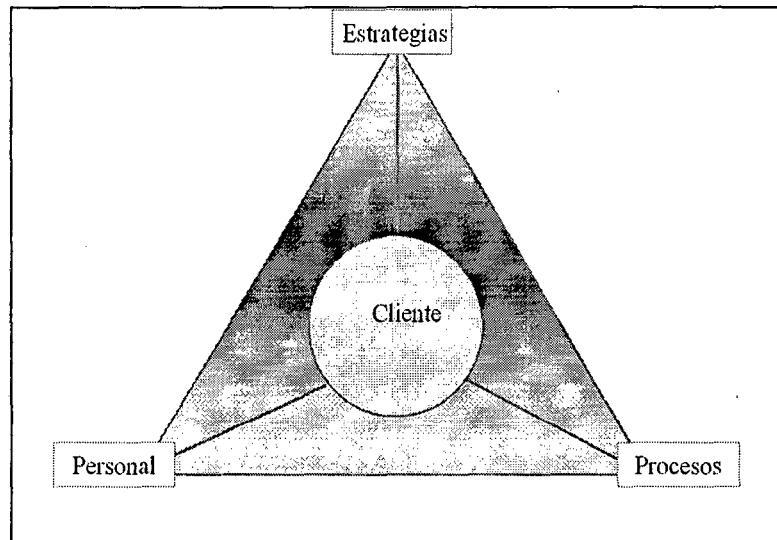
La competitividad empresarial de los últimos tiempos debe impulsar a los empresarios a conocer de cerca los segmentos a los cuales quiere dirigirse y conocer las características de los clientes que según Karl Albrech se define como “las personas o usuarios sobre quienes repercuten los productos, procesos y servicios, los cuales deben quedar plenamente satisfechos”. Según este enfoque los clientes pueden ser externos (destinatario del servicio que se oferta) y los clientes internos (personal que participa en la prestación del servicio).

Es fundamental además, analizar las relaciones que se llevan a cabo entre el personal, las estrategias y los procesos pues si se desea brindar un buen servicio, las personas que laboran en una empresa deben ser conscientes de los objetivos y todas las operaciones que se llevan a cabo al interior para que de esta manera puedan brindar al cliente un servicio de calidad y con valor agregado.

Autores como Hoffman y Bateson han planteado la existencia del triángulo del servicio que se plasma en el siguiente gráfico que muestra los elementos claves intervinientes donde el cliente se ubica en el centro porque es la razón de ser de una empresa. El personal representa al RRHH que reúne las competencias necesarias para brindar un buen servicio. Las estrategias aluden a los pasos seguidos por la empresa para lograr su diferenciación y que están contenidos en la

misión, visión, valores y cultura corporativa de la organización. El sistema hace referencia a las operaciones y actividades concatenadas e interconectadas para optimizar la prestación del servicio.

El Triángulo del Servicio



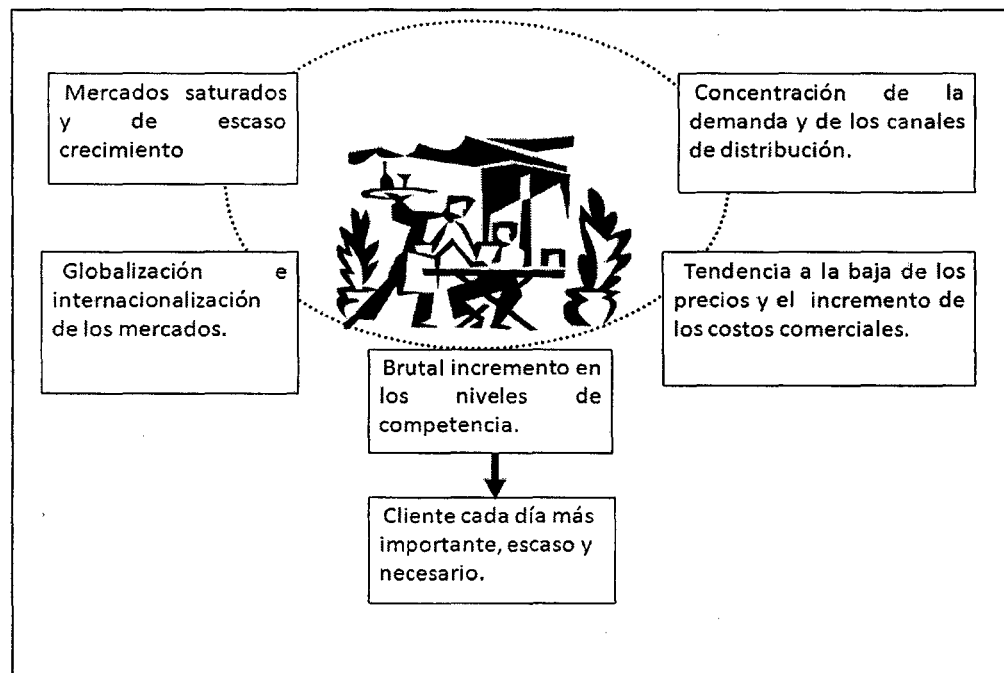
Fuente: Hoffman y Bateson (2002) *Fundamentos de marketing de servicios: Concepto, estrategias y casos*. México

Según Robinat (2004), existen 5 factores que en los últimos años han traído consigo la preocupación por el cliente que se manifiestan en la saturación de productos con bajas tasas de crecimiento, concentración de la demanda que aumenta el poder de los clientes y también hace decisivos a los canales de distribución para llegar a ella, la globalización que amplía el horizonte, baja de precio de los productos y aumento de los costos comerciales y el incremento de los niveles de competencia. Todo esto da lugar a que las empresas diseñen y ejecuten diversas estrategias para mejorar su servicio y que se materializan mediante el desarrollo de competencias del RRHH, la introducción de tecnologías avanzadas, la aplicación de enfoques

"CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012"

estratégicos guiados por una cultura de calidad, la reinversión del capital y la gestión de las organización en sí misma. De esta manera, las empresas pueden ofrecer productos de calidad y mantenerse en el mercado mundial de manera competitiva y saludable.

Factores que obligan a valorar a los clientes



Fuente: Robinat, (2004). *La gestión y relación con los clientes*. España

Las empresas deben tener en cuenta que poseen diferentes tipos de clientes para buscar una relación armoniosa con cada una de ellas y diseñar estrategias que permita llegar a cada uno de ellos para satisfacer sus necesidades.

El RRHH que labora en las organizaciones es el cliente interno que requiere de motivación, incentivos, grato clima laboral, etc. para brindar un servicio de calidad pues "cada puesto de trabajo, cualquiera que sea su nivel, representa un eslabón importante en la empresa, y su incidencia en la

elaboración del producto/servicio intermedio o final debe representar una contribución importante a la satisfacción de los clientes. Una persona encargada de la limpieza de la vajilla del comedor, una camarera de pisos, un maletero o un ayudante de cocina, por ejemplo, tienen que sentir su labor como imprescindible y cómo parte del proceso, es decir, de un todo." (Gallego 2000, 171)

Para que las empresas logren diseñar productos que se adecuen a sus clientes es necesario establecer contactos más próximos y estrechos con ellos. Los trabajadores de la empresa son quienes tienen contacto con los clientes a través de acercamientos denominados *momentos de la verdad* que es un episodio en el cual el cliente entra en contacto con algún aspecto de la organización y experimenta la calidad del servicio". (Müller 2004, 43).

Algunos autores señalan que un momento de la verdad puede durar tan sólo 15 segundos que es el tiempo para entregar el servicio de manera óptima que pueden ser mágicos o míseros dependiendo de si se genera una grata experiencia o el servicio entregado no iguala y menos supera las expectativas del cliente.

Los clientes están en permanente evaluación de la calidad, ya sea de forma consciente o inconsciente y la suma de todas esas percepciones y valoraciones es la que da lugar a la calidad del servicio. Por eso es tan importante conducir eficaz y eficientemente los momentos de la verdad tratando de dar respuesta a situaciones imprevistas de manera acertada.

«Oliver (1981) introdujo el modelo “*expectancy-disconfirmation*” para estudiar la satisfacción del cliente. Su teoría reside en que los clientes se sienten satisfechos con el consumo de un producto o servicio como resultado de una comparación subjetiva entre las expectativas previas al consumo y la percepción posterior a éste. La calidad de servicio surge a partir de esta concepción ya que la satisfacción del consumidor es una consecuencia de ésta. Dos autores, Oh (1999) y Olorunniwo *et al.* (2006), realizaron un estudio buscando la correlación entre calidad de servicio, satisfacción e intencionalidad de compra. Los resultados que obtuvieron fueron que existía una correlación entre los tres conceptos pero manteniendo el orden: calidad de servicio implica satisfacción y ésta implica intencionalidad de compra.

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

Parasuraman *et al* (1993) definen el concepto de calidad de servicio a partir de los hallazgos aportados por las sesiones de grupo que hicieron en su investigación. Afirman que “todos los grupos entrevistados apoyaron decididamente la noción de que el factor clave para lograr un alto nivel de

calidad en el servicio es igualar o sobrepasar las expectativas que el cliente tiene respecto al servicio”.

Buzzell y Gale (1987 en Lloréns y Fuentes, 2005) afirman que “la calidad es lo que el consumidor dice que es, y la calidad de un producto o servicio particular es lo que el consumidor percibe que es”.

Por tanto, un primer enfoque sobre la calidad de servicio es su naturaleza subjetiva ya que depende de las percepciones propias del consumidor. La calidad de servicio significa satisfacción del cliente, repetición de compra y recomendación posterior. Un consumidor satisfecho implica un incremento de la rentabilidad, de la cuota de mercado y del retorno de la inversión (Oh, 1999) » (Santomá 2007,6)

Bajo estos conceptos, se considera como dimensiones de la calidad del servicio la tangibilidad, la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía y esta calidad percibida resulta de comparar las expectativas del servicio y las percepciones sobre las actuaciones del proveedor de servicios. Por tanto un servicio es *excelente* cuando la prestación supera a las expectativas, *aceptable* cuando la prestación y las expectativas son iguales y deficiente cuando la prestación no cubre las expectativas.

Los momentos de la verdad que se llevan a cabo en la cotidianeidad de las empresas impactan en la calidad del servicio y también en la satisfacción del cliente, entendiéndose esta última como “cualquier cualidad positiva que influya en una transacción comercial.” (Taylor y Shaw 1994, p. 43) .Por su

parte Ortega asegura que la satisfacción del cliente es el "sentimiento personal derivado del consumo de un producto o servicio, en él que principalmente influyen las características del producto y los servicios inherentes al mismo, así como factores personales, ambientales, el momento del consumo y el esfuerzo económico para conseguir el producto o servicio" (Ortega 2003, p.135)

La satisfacción y calidad del servicio son conceptos distintos que han dado lugar a diferentes posturas respecto a su ordenamiento causal. "Vavra (2003) identifica dos enfoques distintos de la satisfacción, el concepto basado en la conformidad y el enfoque basado en la expectativa. El primer tipo (conocido también como la perspectiva del ingeniero) considera que un producto es satisfactorio si cumple con las especificaciones por las que fue elaborado. En cambio, el segundo enfoque señala que un producto es satisfactorio si cumple con las expectativas de los clientes." Otros autores como "Dabholkar (citado en Alén, Mazaira y Fraiz, 2004) exteriorizan que existe un acuerdo general entre los investigadores que en los últimos años han publicado trabajos sobre calidad en el servicio. Los autores argumentan que la calidad del servicio es un constructo cognitivo primario y simple, mientras que la satisfacción la conciben como un concepto complejo con un elevado grado de componentes afectivos y cognitivos. Además, las investigaciones proponen que la satisfacción es un concepto más central que media el efecto de las percepciones de calidad de servicio en las intenciones de conducta y otros resultados."

“CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012”

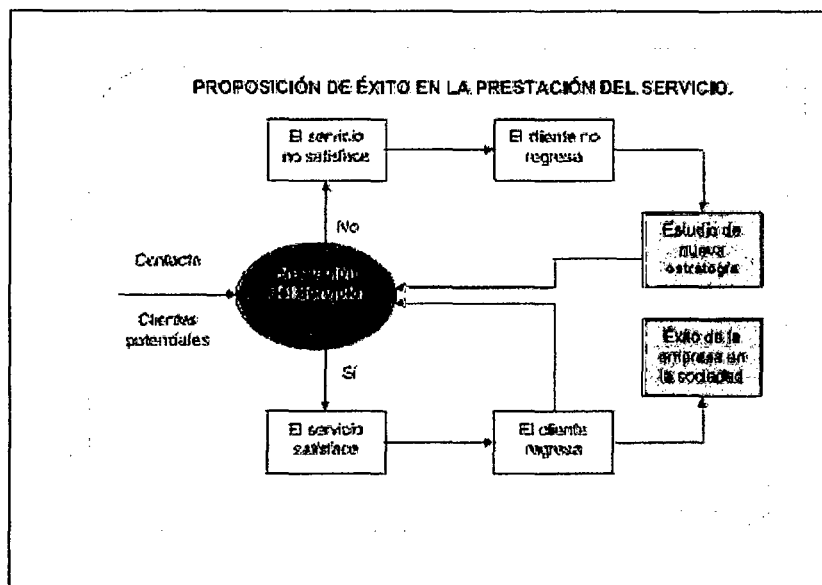
Calidad vs. Satisfacción

	Calidad	Satisfacción
Definición	Tipo de actitud apoyado en una valoración general a lo largo del plazo.	Juicio transitorio de encuentro específico de servicio.
Base	Se basa en las percepciones ideales o de excelencia	Proceso basado en la disconformidad de expectativas
Nivel de análisis	Concepto global para el bien o servicio.	Se verifica en cada transacción o consumo de un bien o servicio.
Valoración	Para la valoración no requieren experiencia antes del consumo del servicio.	Solo se puede valorar después de una experiencia de consumo. El totalmente experimental; sólo después de una experiencia de consumo es posible valorarla.
Dimensiones que forman juicios	Se basan en atributos o indicadores y por eso son mas específicas.	Pueden resultar de cualquier dimensión, esté relacionada con la calidad o no.
Antecedentes conceptuales	Posee procesos cognitivos, aunque comunicaciones personales e impersonales juegan un mayor papel.	Es influenciada por un mayor número de procesos cognitivos y afectivos entre los que se incluyen la equidad, atribuciones y emociones.
Expectativas	Son vistas como deseos o necesidades de los clientes.	Son predicciones hechas por los clientes sobre lo que les gustaría que sucediera durante un intercambio.
Valoraciones que hace el cliente	Resultan de comparar entre el servicio deseado y el servicio percibido.	Resultan de la comparación entre el servicio previsto y el servicio percibido.

Fuente: Dávila y Flores (2008) *Calidad del servicio percibida por clientes de entidades bancarias de Castilla y su repercusión en la satisfacción y la lealtad a la misma*. México

La actividad turística está ligada exclusivamente a la prestación de servicios la cual según Ruíz se define como “cualquier transacción que no constituya entrega de bienes.” El grafico que se muestra a continuación detalla los resultados obtenidos en base a la correcta o incorrecta prestación del servicio de una empresa y como los clientes responden a la experiencia al interior de una organización.

La Prestación del Servicio



Fuente: Gallego Jesús Felipe, *Gestión de Hoteles*, Madrid – España 2002

En la actividad turística, la calidad en el servicio es un aspecto fundamental a considerar si se desea obtener un producto turístico competitivo acorde con las exigencias del cliente actual que está cada vez más informado y está dispuesto a pagar por un servicio personalizado, eficiente, proactivo, responsable, etc.

El servicio de alojamiento contribuye a la experiencia vivida por el turista en un determinado destino. Según, el Reglamento de Establecimientos de Hospedaje aprobado por DECRETO SUPREMO N° 029-2004-MINCETUR se denomina establecimiento de hospedaje al "lugar destinado a prestar habitualmente servicio de alojamiento no permanente, para que sus huéspedes pernocten en el local, con la posibilidad de incluir otros servicios complementarios, a condición del pago de una contraprestación previamente

“CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012”

establecida en las tarifas del establecimiento”. Este mismo documento los clasifica en:

Clasificación de los Establecimientos de Hospedaje

Clase	Categoría
Hotel	Una a cinco estrellas
Apart – Hotel	Tres a cinco estrellas
Hostal	Una a tres estrellas
Resort	Tres a cinco estrellas
Ecolodge	--
Albergue	--

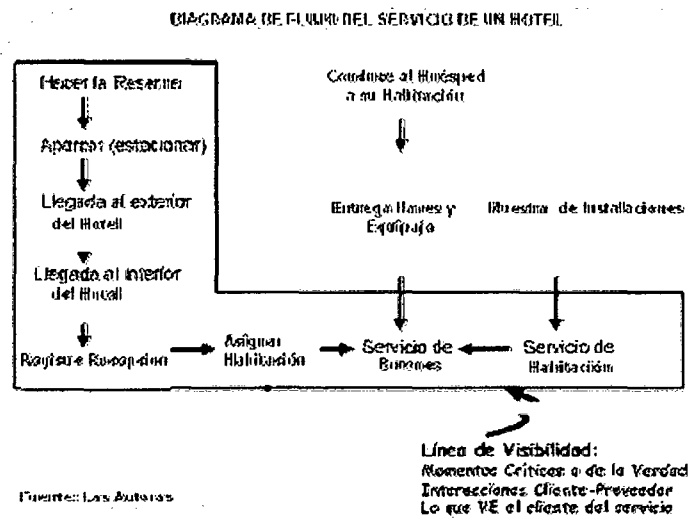
Fuente: MINCETUR (2004) *Reglamento de Establecimientos de Hospedaje*. Lima

El servicio de alojamiento está en constante evolución debido a que tienen que amoldarse al mercado, a los cambios, las innovaciones, a las nuevas tecnologías a las distintas características de la demanda, a la moda, a la creatividad, etc. Los establecimientos de hospedaje por lo general están abiertos los 365 días del año, las 24 horas del día que requiere de un engranaje perfecto para evitar cualquier percance que genere el descontento y malestar de los huéspedes. Realizar un buen trabajo está en manos de todos los trabajadores del establecimiento de hospedaje, cada uno cumpliendo sus roles y obligaciones de acuerdo a lo que le compete, mostrando una actitud cálida y amable, con iniciativa y responsabilidad, reconociéndose como un importante eslabón de la cadena de servicio, comprometido con el bienestar y la satisfacción del cliente.

El ciclo de servicio que se da en un hotel/ hostal es el que ha continuación se muestra en el gráfico.

“CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012”

Diagrama de flujo del servicio en un hotel



Fuente: Gallego Jesús Felipe, *Gestión de Hoteles, Madrid – España 2002*

En los establecimientos de hospedaje, la calidad se manifiesta en elementos físicos o tangibles y elementos inmateriales o intangibles. Por tanto la calidad es percibida en varios grados o niveles que son valorados subjetivamente basados en aspectos muy diversos que son cambiantes y dinámicos.

La medición de la calidad del servicio en las organizaciones toma como referente a las posiciones de dos grandes escuelas: la nórdica y la norteamericana.

La escuela nórdica encabezada por Grönroos (1982, 1988) y Lehtinen (1991) sostuvieron que la calidad es tridimensional (calidad técnica representada, por el Qué; la calidad funcional, representada por el Cómo y la tercera ligada a la imagen corporativa) y su medición se realiza a través de la opinión del cliente que es quien determinará si el servicio recibido ha sido mejor o peor que el servicio esperado. Por no tener soporte en

“CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012”

evidencias empíricas, esta concepción no ha sido muy aplicada por los investigadores.

Por su parte la escuela norteamericana encabezada por Parasuraman *et al.* (1985, 1988) creadores del modelo SERVQUAL que surgió como resultado de una investigación hecha a diferentes tipos de servicios y define a la calidad del servicio como un desajuste entre las expectativas previas al consumo y la percepción del servicio prestado. Mientras mayor sea la diferencia entre percepción y expectativas mayor será la calidad.

El modelo SERVQUAL plantea la medición de la calidad basados en cinco atributos: los elementos tangibles, la fiabilidad, la empatía, la capacidad de respuesta y la seguridad. A través de la aplicación de encuestas se obtienen los resultados acerca de los atributos que determinan la calidad del servicio de una empresa.

Dimensiones de la Calidad del Servicio según el modelo SERVQUAL

VARIABLE	DIMENSIONES (5)	ATRIBUTOS (22)
Calidad del Servicio Expectativas Vs. Percepción	Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplen lo prometido • Sincero interés por resolver problemas • Realizan bien el servicio la primera vez • Concluyen el servicio en el tiempo prometido • No cometen errores
	Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento confiable de los Empleados • Clientes se sienten seguros • Los empleados son amables • Los empleados tienen conocimientos suficientes
	Elementos Tangibles	<ul style="list-style-type: none"> • Equipos de apariencia moderna • Instalaciones visualmente atractiva • Empleados con apariencia pulcra • Elementos materiales atractivos
	Capacidad de Respuesta	<ul style="list-style-type: none"> • Comunican cuando concluirán el servicio • Los empleados ofrecen un servicio rápido • Los empleados siempre están dispuestos a ayudar • Los empleados nunca están demasiado ocupados
	Empatía	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecen atención individualizada • Horarios de trabajo convenientes para los clientes • Tienen empleados que ofrecen atención personalizada • Se preocupan por los clientes • Comprenden las necesidades de los clientes

Fuente: <http://instrumentosdecalidadss.wikispaces.com/>

“CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012”

Para el caso particular de los establecimientos de hospedaje, en base a la escala de medición de la calidad planteada por el modelo SERVQUAL, se han llevado estudios que dan como resultado distinto orden de importancia de los atributos:

Fuente: Santomá y Costa (2007) *Calidad de servicio en la industria hotelera: revisión de la literatura*. Barcelona

	Modelo de partida	Negocios investigados	Objetivos	Principales resultados	Atributos de Calidad de Servicio (*)	Propuesta
Fick y Ritchie 1991	SERVQUAL	Líneas aéreas, hoteles, restaurantes, estaciones de esquí	Validación SERVQUAL en la industria turística	Confirmación atributos SERVQUAL en el sector turístico	(1) Fiabilidad (2) Seguridad (3) Elementos tangibles (4) Capacidad de respuesta (5) Empatía	
Knutson <i>et al.</i> 1991	SERVQUAL	Hoteles	Validación modelo SERVQUAL en la industria hotelera	Confirmación de los cinco atributos del modelo SERVQUAL	(1) Fiabilidad, (2) Seguridad, (3) Capacidad de respuesta, (4) Elementos tangibles, (5) Empatía	Escala LODGSERV
Saleh y Ryan, 1991	SERVQUAL	Hoteles urbanos canadienses de 300 habitaciones o más	Validación de los atributos del modelo SERVQUAL tanto desde la perspectiva del cliente como del directivo	Sobreestimación de las expectativas de los clientes por parte de los directivos. No se confirman los cinco atributos del modelo SERVQUAL.	(1) Sociabilidad (2) Elementos tangibles	
Getty y Thompson, 1994	SERVQUAL	Hoteles	Construcción de un instrumento de medida de la calidad de servicio en hoteles	Validación del instrumento LODGQUAL para medir la calidad de servicio	Fiabilidad Elementos tangibles Contacto	Escala LODGQUAL
Lockwood, 1994	Incidente Crítico	Hoteles	Testar la viabilidad técnica del incidente crítico en la hotelería.	Validación de la técnica del incidente crítico para evaluar la calidad de servicio		
Falces <i>et al.</i> , 1999	SERVQUAL	Hoteles comunidad de Madrid	Elaborar una escala para medir la calidad percibida por los clientes de servicios de alojamiento	Validación de la escala. Nuevos atributos de calidad de servicio	(1) Personal, (2) Elementos tangibles (3) Organización del servicio	Escala HOTELQUAL
Mei <i>et al.</i> , 1999	SERVQUAL	Hoteles Australia	Determinar las dimensiones de la calidad de servicio.	Validación del instrumento HOLSERV. Tridimensionalidad de la calidad de servicio	(1) Empleados / personal (2) Elementos tangibles (3) Fiabilidad	Escala HOLSERV

(*) El número muestra la importancia del atributo

En el año 1999, Falces, Sierra, Becerra y Briño, autores españoles crearon la escala HOTELQUAL, una adaptación del modelo SERVQUAL para el sector hotelero. El objeto de su estudio fue proponer una escala para medir la calidad percibida por los clientes de los establecimientos de hospedaje identificándose tres dimensiones fundamentales: la evaluación del personal, de las instalaciones y la organización. Bajo estos tres aspectos se consideran 20 ítems, algunos coinciden con la escala SERVQUAL y otros han sido adaptados al servicio concreto del alojamiento.

2.2 Antecedentes:

En los últimos años, el gobierno peruano viene llevando a cabo diversas actividades que promuevan el crecimiento económico sostenible del país y que den lugar al mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos, especialmente los más necesitados. Los esfuerzos desplegados están ligados a distintos ámbitos siendo uno de los ejes prioritarios el desarrollo turístico debido al enorme potencial que poseen las distintas regiones del Perú.

Es en este marco que, bajo la supervisión y coordinación con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) se elaboró el Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) con el propósito de promover el desarrollo regional y el ordenamiento turístico.

A través de la integración de recursos y servicios turísticos se pretende comercializar productos innovadores que satisfagan la demanda, que involucren al sector público y privado unificando esfuerzos y llevando a cabo acciones, programas y estrategias concretas bajo una visión compartida de corto, mediano y largo plazo.

El objetivo general que plantea el PENTUR es "alcanzar un turismo sostenible en el Perú como herramienta de desarrollo económico-social del país" y como objetivo específico relacionado con la presente investigación se orienta a "desarrollar una oferta turística competitiva y sostenible".

La planificación de la actividad turística es un paso fundamental si se pretende aprovechar el patrimonio cultural y natural que el Perú posee de manera sostenible. De esta manera, el PENTUR destaca la importancia del turismo como un sector estratégico, relevante y prioritario debido a su efecto multiplicador que otorga la posibilidad de incorporar al mercado laboral a un número significativo de compatriotas promoviendo de esta manera el desarrollo humano y el acceso a mejores oportunidades.

PENTUR, señala que los destinos de la macroregión norte tienen como principal demanda al turismo interno que alcanza un porcentaje del 19% y en menor proporción al turismo receptivo con un 6%.

El análisis FODA, en aspectos relacionados al tema de estudio considera dentro de las debilidades macroregionales: "escaso número y variedad en la oferta de alojamientos turísticos, incumplimiento de la normativa vigente por parte de los prestadores del servicio, insuficiente planta turística en destinos con potencial, irregular nivel de calidad de los servicios turísticos, más del 90 % de prestadores de servicios turísticos en el Perú son MIPYMES con bajo nivel tecnológico y de inversión, concentración de alojamientos turísticos en determinados núcleos de población del país, escasez de mano de obra calificada capaz de adecuarse a las necesidades del sector turístico, insuficiente profesionalización de las pequeñas empresas

turísticas en materia de dirección y gestión empresarial, falta de asesoramiento sobre la gestión de sus negocios turísticos a los empresarios que prestan servicios en las comunidades rurales."

Las amenazas macroregionales estimadas versan alrededor de: mayor competencia en el mercado internacional por la existencia de productos con mayor calidad y bajo costo, dificultades para retener profesionales calificados en las actividades relacionadas con el turismo, falta de conocimiento real sobre las necesidades de la demanda para generar acciones formativas específicas, falta de adaptación a las innovaciones tecnológicas y a las nuevas estructuras de mercado en la capacitación turística.

Las oportunidades identificadas, que pueden ser aprovechadas en beneficio de la actividad turística y están relacionadas con el mejoramiento de la calidad en la prestación del servicio en los establecimientos de hospedaje son: "surgimiento de programas de capacitación por parte de las instituciones que responden a las necesidades básicas detectadas de forma concreta y específica del mercado" y que el turismo es un "sector atractivo para un conjunto de la población joven y capacitada como generador de empleos a nivel local".

De acuerdo a los datos reportados por la Cuenta Satélite de Turismo (CST), los servicios relacionados a alojamiento y alimentación son los que más aportan a la producción bruta destinada a los turistas (35,2% y 32,8%, respectivamente) y al PBI turístico (36,7% y 27%, respectivamente). Los

empleos generados por la actividad turística al 2001 fue de 251.143 puestos laborales directos y 454.568 indirectos.

Otra iniciativa relevante por parte del gobierno es el Plan Anual de Inversiones para el periodo 2007-2013, comprendido en el Plan Copesco Nacional siendo las regiones más beneficiadas con las inversiones Amazonas (puesta en valor y acondicionamiento de Kuelap y el Valle del Alto Utcubamba), La Libertad y Lambayeque.

Sin embargo la potencialidad del turismo en el país no hace que el Perú sea un destino competitivo pues se hace necesaria la innovación y la mejora continua de los productos y servicios que se ofrecen a los turistas, alcanzando estándares internacionales que satisfagan sus necesidades y expectativas.

Bajo la óptica de la competitividad y considerando como factor central de la misma a la calidad en los servicios turísticos, MINCETUR ha desarrollado además el Plan de Calidad Turística del Perú (CALTUR) cuyos ejes prioritarios están referidos a la elaboración de manuales de buenas prácticas, la normalización de los servicios turísticos, el fomento de la conciencia turística y la implementación de los contenidos educativos del Proyecto de Fortalecimiento Integral del Turismo en el Perú (FIT Perú).

CALTUR tiene como objetivo general “generar, a 2009, un movimiento nacional hacia la calidad, y a 2015, una posición de liderazgo internacional del Perú en el ámbito de calidad en turismo”. Sus objetivos específicos están relacionados con cuatro dimensiones que son trascendentales mejorar para

“CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012”

lograr una mayor calidad en el servicio vinculadas a: “recursos humanos competentes constituyen la base de la gestión de la oferta turística a todo nivel; prestadores de servicios turísticos siguen buenas prácticas empresariales y desarrollan su actividad con responsabilidad social y ambiental; sitios turísticos se manejan con criterio de uso público sostenible, disponen de servicios y facilidades adecuadas y constituyen productos atractivos y competitivos; destinos turísticos principales brindan seguridad al visitante y se manejan con una óptima gestión”.

Este documento destaca también la potencialidad de los destinos de la macro región norte que puede ofrecer a los visitantes mayor variedad de actividades que se ajusten a sus intereses destacando el turismo convencional y especializado.

Con respecto a la planta turística, se señala que si bien es cierto en los últimos años la inversión nacional e internacional se ha incrementado para mejorarla e implementarla, el Perú presenta serias deficiencias referidas a la cantidad y calidad en este aspecto que deben ser subsanadas para alcanzar estándares internacionales que satisfagan a los turistas.

Por su parte, el Gobierno Regional de Amazonas, en su Plan de Desarrollo Concertado 2008-2021 pretende también dar impulso a la actividad turística reconociendo la variedad de recursos y atractivos de diferente tipo que su territorio alberga, teniendo como visión al 2021: “Amazonas región con progreso e igualdad de oportunidades, para todos sus habitantes, ordenada y articulada, desarrollando una plataforma productiva basada en la

“CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012”

agroindustria y la actividad turística...”, considerando como cuarta línea estratégica: “posiciona los productos y recursos turísticos con adecuada prestación de servicios para el desarrollo turístico sostenible en el Alto y Bajo Utcubamba junto a la recuperación de las tradiciones ancestrales del centro y sur de Amazonas; fomenta el turismo rural comunitario, cultural, ecológico y vivencial en las cuencas del Huayabamba, Utcubamba y Marañón; afirma las identidades Awajún y Wampís”.

Dentro de los objetivos específicos de esta línea estratégica se señala: “fortalecer las capacidades de los prestadores de servicios turísticos en el Alto y Bajo Utcubamba, el empleo digno y la recuperación de las tradiciones ancestrales del centro y sur de Amazonas” destacando la importancia de mejorar la calidad turística de la oferta de servicios que se brinda actualmente a través del fortalecimiento de capacidades, la responsabilidad social y la construcción de identidad regional.

Como se puede apreciar, en los últimos años, la actividad turística está tomando mayor relevancia a nivel del país lo que trae consigo que instituciones públicas y privadas, gobiernos regionales y otros organismos implementen políticas, programas, proyectos, estrategias, mecanismos etc. que permitan el desarrollo sostenible y planificado del turismo y que este sector coadyuve al mejoramiento de la calidad de vida de los peruanos.

2.3 Realidad problemática:

En la región Amazonas, la actividad turística empieza a desarrollarse a finales de la década de los 80, con la llegada de pocos visitantes. Posteriormente, en 1994, se promociona de la Fortaleza de Kuélap como principal atractivo turístico pero la afluencia de visitantes se vio mermada por los problemas sociales que afrontaba el país y por el conflicto limítrofe entre Perú y Ecuador lo cual repercutió desfavorablemente en el crecimiento del sector turismo en esta zona del país. El 06 de diciembre del año 2004, el Proyecto CTN y la Cámara Regional de Turismo de Amazonas, inician sus actividades de coordinación interinstitucional e incorporan esta región al Circuito Turístico Nororiental junto Lambayeque, La Libertad, Cajamarca teniendo el objetivo de consolidar el desarrollo del circuito turístico nororiental del Perú, como destino turístico.

En marzo del 2006, fue dada a conocer la Catarata Gocta, considerada la tercera catarata más alta del mundo, con 771m, lo cual respaldó la imagen turística de la Región Amazonas a nivel nacional e internacional generando una mayor expectativa para los visitantes al considerarlo un destino turístico con un patrimonio cultural y natural variado con posibilidad de orientar su producto turístico a distintos segmentos de mercado.

Sin embargo, a pesar de la riqueza que su suelo alberga en cuanto a recursos de distinta índole, particularmente para el desarrollo de la actividad turística son muchas las limitaciones que la región presenta y que están referidas a las facilidades y accesibilidad que se ofrece en las distintas comunidades en las cuales existen recursos.

"CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012"

El Plan de Desarrollo Concertado de la Región Amazonas refiere que "en el 2004, según la Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje, el flujo de turistas que recibió Amazonas fue de 109,893 visitantes; de los cuales 107,807 fueron nacionales y 2,086 extranjeros. La actividad turística viene generando numerosas oportunidades de negocios, entre ellos, la producción artesanal, venta de comida y alquiler de hospedaje. Dada su dimensión, es un sector priorizado en la política regional de desarrollo" (2007: 32)

Tomando como referencia la actualización del Plan Estratégico Regional de Turismo de Amazonas 2012-2017 se señalan algunas de las características que presenta el producto turístico amazonense que están referidos directa o indirectamente a la calidad en la prestación del servicio en los establecimientos de hospedaje que se detallan a continuación:

- Los establecimientos de hospedaje en la ciudad de Chachapoyas ascienden a 32 de los cuales sólo 13 han sido categorizados. La capacidad instalada es en total de 938 camas. Estas cifras muestran el alto grado de informalidad en la prestación del servicio de alojamiento pues se desconocen e infringen las normas impuestas por el MINCETUR contenidas en el Reglamento de los Establecimientos de Hospedaje aprobado por el Decreto Supremo N° 023-2001-ITINCI y por tanto no existe una adecuada fiscalización a los hoteles/hostales de la región.
- La escasa capacitación del personal que actualmente trabaja en la actividad turística trae consigo la inadecuada prestación del servicio debido a que no se poseen los conocimientos, habilidades y actitudes

necesarias para el desempeño eficaz y eficiente del RRHH por tanto aún es insuficiente el personal con experiencia en el rubro que brinde un servicio de calidad.

- Al interior de los establecimientos de hospedaje no se ha estandarizado el servicio y los empleados realizan sus funciones de forma individual sin comprender aún que la satisfacción de los huéspedes se logra mediante el trabajo integrado, concatenado y que cada empleado realiza un rol importante dentro de esta experiencia.
- El desconocimiento del sector y la improvisación empresarial trae consigo la inexistencia de una cultura corporativa que se oriente al cliente y que involucre a todos los miembros de la organización, por tanto no existe una visión empresarial que promueva el crecimiento de estos emprendimientos.
- La ausencia de una cultura turística suscita un escaso compromiso con la calidad de los servicios turísticos por parte de las personas involucradas directa o indirectamente con esta actividad.
- No existe un trabajo coordinado y en red por parte de las instituciones públicas y privadas que permita la realización de acciones conjuntas a favor del mejoramiento del producto turístico regional en términos de calidad y competitividad.
- Las habitaciones de los establecimientos de hospedaje no reúnen las condiciones mínimas para una estancia mínimamente agradable.

2.4 Planteamiento del problema:

- **Temática:** La investigación analizó y desarrolló los siguientes conceptos centrales: calidad, servicio, calidad en el servicio, prestación del servicio, establecimientos de hospedaje, modelos de medición de la calidad, satisfacción del cliente.
- **Geográfica:** El ámbito de intervención estuvo representado por la ciudad de Chachapoyas, Región de Amazonas.
- **Temporal:** La investigación fue de corte transversal; es decir se realizó el análisis de las características y condiciones actuales que presenta la prestación del servicio de hospedaje de la ciudad de Chachapoyas.

2.4.1 Formulación del problema:

¿Qué factores inciden en la calidad de la prestación del servicio de hospedaje percibida por los turistas que visitan la ciudad de Chachapoyas 2012?

2.5. Justificación del Problema:

A nivel mundial, el turismo sigue constituyendo una actividad que genera una contribución importante al PBI de distintos países. Cada vez se lanzan al mercado destinos turísticos con propuestas innovadoras que pretenden captar a segmentos del mercado representados por clientes cada vez más exigentes y más informados de las condiciones bajo las cuales deben recibir los productos por los que pagan.

“CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012”

En el Perú, particularmente en la Región Amazonas, el turismo es una actividad recientemente considerada una excelente alternativa para impulsar el crecimiento económico y el desarrollo humano de esta parte del país. De esta manera y para su adecuada implementación se vienen implementando programas y proyectos que permitan la optimización del producto turístico mediante la puesta en valor de los recursos que poseen, la dotación y mejoramiento de la infraestructura, la capacitación del RRHH que trabaja en el sector, la sensibilización y capacitación de las autoridades, la difusión de la identidad cultural entre la población, entre otros.

La Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza contribuye con el mejoramiento del producto turístico de la región a través de la formación del RRHH para ofrecer un servicio de calidad que satisfaga en mayor medida las expectativas y necesidades de los visitantes nacionales e internacionales.

A través de los proyectos de tesis y las investigaciones que giran en torno a la actividad turística es que se pueden identificar las oportunidades, debilidades, fortalezas y oportunidades que existen para la región Amazonas debido a que este tipo de estudios permiten la aproximación al entorno para conocerlo y proponer posibles soluciones a los problemas relacionados el turismo.

El presente estudio muestra el interés de la investigadora de contribuir con el mejoramiento de la calidad en la prestación del servicio de hospedaje de la ciudad de Chachapoyas a través del análisis de la realidad, la identificación de las interrelaciones entre las dimensiones de la escala de medición de la calidad HOTELQUAL y la sugerencia de acciones oportunas

"CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012"

para coadyuvar al mejoramiento del producto turístico de la Región Amazonas.

Por tanto esta investigación busca aportar con el quehacer de la actividad turística en Amazonas de tal manera que se tomen las medidas necesarias vinculadas con el personal, las instalaciones y la organización, se armonicen estos elementos en favor de los clientes actuales y potenciales de esta ciudad y de la región y se logre brindar un excelente servicio.

2.6 Hipótesis

Los factores de calidad que inciden en la prestación del servicio de hospedaje percibida por los turistas que visitan la ciudad de Chachapoyas están referidos al personal, a las instalaciones y a la organización.

2.7 Objetivos

2.7.1 Objetivo General:

Evaluar la calidad en prestación del servicio de hospedaje percibida por los turistas que visitan la ciudad de Chachapoyas 2012.

2.7.2 Objetivos Específicos:

- Determinar las características que presenta el personal que presta el servicio de hospedaje en la ciudad de Chachapoyas.
- Precisar las condiciones de las instalaciones, equipos y mobiliario que presentan los establecimientos de la ciudad de Chachapoyas.

"CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012"

- Diagnosticar el nivel de organización y gestión de la calidad dentro de los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Chachapoyas.

III. PLAN DE INVESTIGACIÓN:

3.1. Diseño de la investigación:

La investigación contó con una sola población o grupo único de estudio lo que le dio el carácter descriptivo. Teniendo el investigador que haber realizado observación directa y no habiendo modificado la información, extrayéndola tal cual de la realidad. Esta investigación también fue transversal debido a que solo se midió una vez las variables en el tiempo que duró la recolección de datos.

3.2. Material de estudio

Libro, revistas, Reglamento de Establecimientos de Hospedaje 2004 – MINCETUR, tesis relacionadas con el tema.

3.3. Población y muestra

3.3.1. Población

La población que formó parte de la investigación estuvo conformada por los establecimientos de hospedajes categorizados y no categorizados que maneja la Dirección Regional de turismo de Amazonas año 2012.

3.3.2. Muestra

3.3.2.1. Muestra para determinar el número de establecimientos de hospedaje

Para el determinar el número de establecimientos de hospedaje se empleó el muestreo probabilístico de tipo intencional. Para ello se aplicaron los siguientes criterios de inclusión y exclusión:

- Estar categorizados por la DIRCETUR - AMAZONAS de 1 a 3 estrellas.
- Estar clasificado como hotel/hostal.
- Poseer un libro de registro y presentar estadísticos mensuales.

“CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012”

Establecimientos de Hospedaje Categorizados de la Ciudad de Chachapoyas

N°	CLASE	CATEGORIA	NOMBRE COMERCIAL	DOMICILIO	HAB.	NUMERO DE CAMAS
1	HOSTAL	3 ESTRELLAS	HOSTAL CASONA MONSANTE	Jr. AMAZONAS Nº 746	9	27
2	HOSTAL	3 ESTRELLAS	HOSTAL CASA VIEJA	Jr. CHINCHA ALTA Nº 569	14	27
3	HOSTAL	CATEGORIA	LAS ORQUIDEAS HOSTAL	Jr. AYACUCHO Nº 1231	12	36
4	HOSTAL	2 ESTRELLAS	HOSTAL BELEN	Jr. ORTIZ ARRIETA Nº 540	11	18
5	HOSTAL	2 ESTRELLAS	HOSTAL JOHUMAJI	Jr. AYACUCHO Nº 711	38	51
6	HOSTAL	2 ESTRELLAS	HOSTAL EL DORADO	Jr. AYACUCHO Nº 1062	15	28
7	HOSTAL	1 ESTRELLA	HOSTAL KARAJIA	Jr. DOS DE MAYO Nº 546	33	43
8	HOSTAL	3 ESTRELLAS	HOSTAL VILLA DE PARIS	Km2 SALIDA A CHICLAYO	12	15
9	HOTEL	3 ESTRELLAS	HOTEL PUMA URCO	Jr. AMAZONAS Nº 833	20	36
10	HOTEL	1 ESTRELLA	HOTEL KUELAP	Jr. AMAZONAS Nº 1057	40	
11	HOSTAL	2 ESTRELLAS	HOSTAL GOCTA	Jr. AMAZONAS Nº 721	12	17
12	HOSTAL	2 ESTRELLAS	HOSTAL REVASH	Jr. GRAU Nº 517	17	36
13	HOSTAL	3 ESTRELLAS	HOSTAL VISTA HERMOSA	Jr. PUNO Nº 285 - 295	16	36

Fuente: Directorio de Hospedajes DIRCETUR – AMAZONAS 2012

3.3.2.2. Muestra para determinar el número de personal de servicio.

Para determinar el número de personal de servicio de los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Chachapoyas se empleó el muestreo aleatorio simple de población conocida con la siguiente formula:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

- N = Total de la población
- $Z_{\alpha}^2 = 1.96^2$ (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
- q = 1 - p (en este caso 1-0.05 = 0.95)
- d = precisión (en este caso deseamos un 3%).

Donde

$$N = 157$$

Para determinar que "N" total de la población 157 se recurrió a los estadísticos de arribos de turistas nacionales junio 2012 (fuente DIRCETUR -2012)

$$n = \frac{157 * 1.96^2 * 0.05 * 0.95}{0.03^2 (157-1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.95} = 93$$

Este resultado indica que a 93 turistas nacionales se les aplicó la encuesta de calidad de servicio en establecimientos de hospedaje.

Donde

$$N = 111$$

"CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012"

Para determinar que "N" total de la población 157 se recurrió a los estadísticos de arribos de turistas extranjeros junio 2012 (fuente DIRCETUR -2012)

$$n = \frac{111 * 1.96^2 * 0.05 * 0.95}{0.03^2(111-1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.95} = 67$$

Este resultado indica que a 67 turistas extranjeros se les aplicó la encuesta de calidad de servicio en establecimientos de hospedaje.

3.3.2.3. Muestra para determinar el número de personal de servicio.

Donde

$$N = 39$$

Para determinar que "N" se consultó a la cantidad de trabajadores a los establecimientos de hospedaje que forman parte de la muestra haciendo un total de 39.

$$n = \frac{39 * 1.96^2 * 0.05 * 0.95}{0.03^2(39-1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.95} = 35$$

Este resultado indica que 35 miembros del personal que laboran en los establecimientos de hospedaje constituyen la muestra de la investigación. Se consideró realizar de 2

a 3 encuestas por establecimiento de acuerdo a la complejidad del mismo.

3.4. Métodos, técnicas, instrumentos y procedimientos:

Para la realización de la investigación se utilizó los siguientes métodos:

3.4.1. Métodos:

Inductivo – Deductivo:

Este método se aplicó a través de la observación directa de cada una de las unidades de análisis (hospedajes). Para determinar si existe coincidencia o repetición en la prestación del servicio de alojamiento, y producto de una comparación se llevaron a cabo juicios generales en relación con el fenómeno de estudio (calidad de servicio de hospedaje en la ciudad de Chachapoyas).

Analítico:

Este método se aplicó en la identificación y separación de los elementos que conforman el servicio de alojamiento relacionados al personal, las instalaciones y la organización. Se distinguió los elementos del fenómeno y se procedió a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado.

Los elementos personal de pisos, recepción, propietarios no existen independientes uno de otros; el análisis de la prestación del servicio en los hospedajes de la ciudad de Chachapoyas se realizó a partir de la relación que existe entre los elementos que conforman dicho

objeto como un todo; y a su vez, la síntesis se produjo sobre la base de los resultados previos del análisis.

Método Etnográfico:

Se empleó en la fase de recolección de información mediante la observación directa en las visitas a los hospedajes, la aplicación de encuestas a huéspedes y personal para conocer las características del servicio ofrecido en los hospedajes de la ciudad de Chachapoyas.

Método Estadístico:

Este método se empleó en la etapa de procesamiento y análisis de datos obtenidos en el nivel etnográfico (visita a hospedajes). Luego se realizó el procesamiento de la información para su cuantificación y representación en gráficos estadísticos.

3.4.2 Los instrumentos de recolección de datos:

Los datos recogidos se obtuvieron directamente a través de los siguientes instrumentos:

- Formato de encuesta para turistas nacionales y extranjeros
- Formato de encuesta para personal que labora en los establecimientos de hospedajes
- Directorio de establecimientos de hospedaje DIRCETUR-2012

3.4.3 Técnicas de investigación:

Fichaje: Para el acopio de la información bibliográfica o documental.

Encuestas: Para obtener la opinión e información de los sujetos de la muestra (turistas y personal que labora en los establecimientos de hospedaje) sobre la gestión de la calidad en la prestación del servicio de alojamiento de la ciudad de Chachapoyas.

Análisis de contenidos: Se analizaron diversas fuentes documentales, los mismos que nos proporcionaron información sobre el tema de calidad de servicio en la empresa de hospedaje.

IV. RESULTADOS:

Los resultados obtenidos, que se detallan a continuación son el resultado del trabajo de campo que consistió en la aplicación de encuestas a turistas nacionales, turistas internacionales y personal de los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Chachapoyas con la finalidad de conocer la percepción de cada grupo con respecto al personal a la organización y a las instalaciones de los mismos y determinar la calidad en la prestación del servicio tanto a clientes internos con externos.

"CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012"

4.1 RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A TURISTAS NACIONALES ALOJADOS EN ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE DE LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

Cuadro N° 1
Opinión de Turistas Nacionales con respecto al "personal"
que labora en los establecimientos de hospedaje
de la Ciudad de Chachapoyas

Aspecto evaluado	Muy de acuerdo	De acuerdo	Regular	Desacuerdo	Muy desacuerdo
El personal esta dispuesto ayudar a los clientes	9%	13%	35%	29%	14%
Los colaboradores se preocupan de resolver los problemas de los clientes	11%	15%	29%	26%	19%
El personal conoce y se esfuerza por conocer las necesidades de cada cliente	10%	12%	23%	32%	24%
El personal es competente	6%	10%	19%	35%	29%
El personal es confiable	22%	29%	38%	6%	5%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas Chachapoyas - Junio 2012

El cuadro N° 01 resume la opinión de los turistas nacionales con respecto al personal de los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Chachapoyas.

Sobre la disponibilidad del personal para ayudar a los clientes, 9% manifestó estar muy de acuerdo con la ayuda recibida, 13% estuvo de acuerdo, 35% consideró que la disponibilidad fue regular, 29% expresó su desacuerdo y 14% señaló estar muy en desacuerdo con la predisposición de ayuda a los huéspedes.

En relación a la preocupación del personal para resolver los problemas de los clientes, 11% manifestó estar muy de acuerdo, 15% estuvo de acuerdo, 29% notó una preocupación por resolver los problemas, 26% reveló estar en desacuerdo y el 19% muy en desacuerdo.

“CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012”

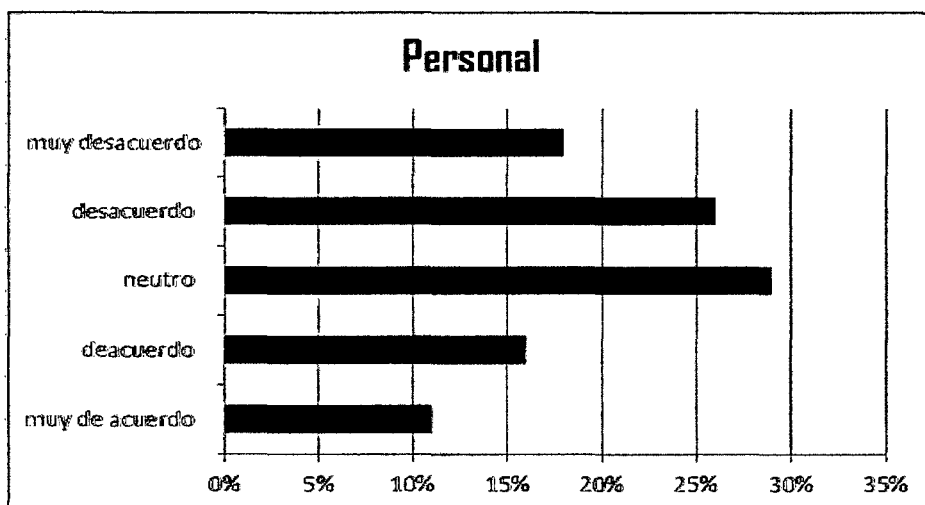
Acerca del conocimiento y el esfuerzo de los empleados por conocer las necesidades de cada cliente, 10% manifestó estar muy de acuerdo con esta afirmación; 12% expresó estar de acuerdo, 23% lo consideró regular, 32 % refirió estar en desacuerdo y 24% estar muy en desacuerdo.

En referencia a cuan competente es el personal, 6% mencionó estar muy de acuerdo, 10% de acuerdo, 19% consideró que el personal es regularmente competente, 35% expuso su desacuerdo y 29 % muy en desacuerdo.

Con respecto a la confiabilidad del personal 22% reveló estar muy de acuerdo, 29% opinó estar de acuerdo, 38% consideró que el personal es regularmente confiable, 6% manifestó estar en desacuerdo y 5% se mostró muy en desacuerdo con la confiabilidad. El grafico N°1 muestra lo anteriormente descrito:

Gráfico N°1

Percepción de los turistas nacionales respecto al “personal” que labora en los establecimientos de hospedaje de la ciudad de
C



Fuente: Encuesta aplicada a los turistas nacionales Chachapoyas Junio 2012

“CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012”

Cuadro N° 2

Opinión de los turistas nacionales con respecto a la “organización” de los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Chachapoyas

Aspecto evaluado	Muy de acuerdo	De acuerdo	Regular	Desacuerdo	Muy desacuerdo
Se consigue fácilmente información sobre los diferentes servicios que solicita el cliente	10%	12%	11%	35%	32%
Los diferentes servicios funcionan con rapidez.	9%	10%	16%	30%	35%
Se resuelve de forma eficaz cualquier problema que pueda tener el cliente.	11%	14%	22%	30%	24%
El cliente es lo más importante.	10%	15%	23%	26%	27%
Se presta el servicio según las condiciones pactadas.	9%	16%	25%	34%	16%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales Chachapoyas -Junio 2012

El cuadro N°2 muestra la opinión de los turistas nacionales con respecto a la “organización” de los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Chachapoyas.

En lo referido a la facilidad para acceder a información sobre los diferentes servicios que solicita el cliente, 10% manifestó estar muy de acuerdo, 12% de acuerdo, 11% consideró regular esta facilidad, 35% reveló su desacuerdo y el 32% estuvo muy en desacuerdo.

Otro aspecto evaluado está relacionado con la rapidez con la que funcionan los servicios al interior de los establecimientos de hospedaje. 9% informó estar muy de acuerdo, 10% de acuerdo, 16% confesó que la rapidez en los servicios se da de manera regular. 30% informó estar en desacuerdo y 35% estuvo muy en desacuerdo.

“CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012”

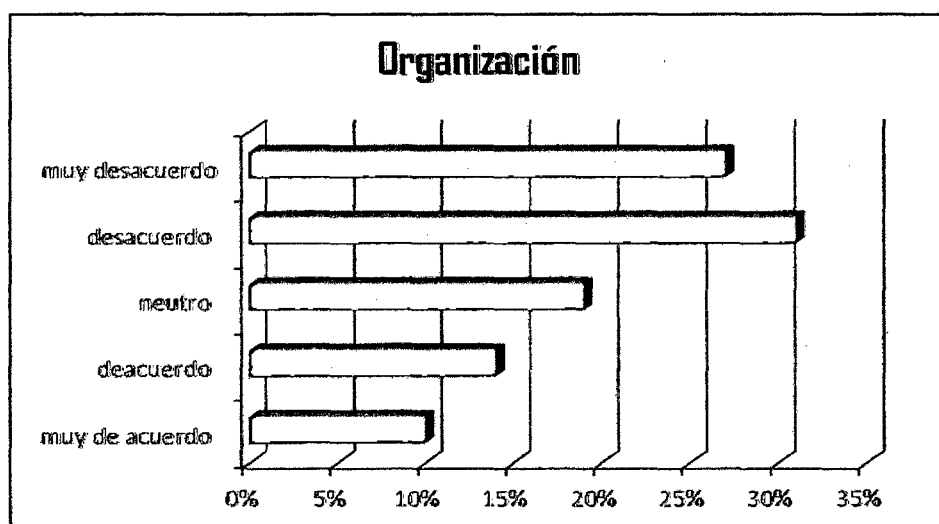
En cuanto a la resolución eficaz de los problemas que tiene el cliente, 11% expuso estar muy de acuerdo, 14% de acuerdo, 22% consideró que la eficacia para resolver problemas era regular, 30% estuvo en desacuerdo y 24% muy en desacuerdo.

Sobre la importancia del cliente para la organización 10% aseveró estar muy de acuerdo, 15% de acuerdo, 23% consideró que la orientación hacia el cliente se da de manera regular, 26% afirmó estar en desacuerdo y 27% muy en desacuerdo.

Respecto a la prestación del servicio según las condiciones pactadas, 9% manifestó estar muy de acuerdo, 16% estar de acuerdo, 25% sostuvo que la prestación del servicio de acuerdo a lo pactado se dio de manera regular, 34% expresó su desacuerdo y 16% su total desacuerdo. El grafico N°2 resume lo anteriormente señalado.

Gráfico N°2

Percepción de los turistas nacionales respecto a la “organización” de los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Chachapoyas



Fuente: Encuesta aplicada a los turistas nacionales Chachapoyas Junio 2012

“CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHÁPOYAS AÑO 2012”

Cuadro N° 3

Opinión de los turistas nacionales con respecto a las “instalaciones” de los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Chachapoyas

Aspecto evaluado	Muy de acuerdo	De acuerdo	Regular	Desacuerdo	Muy desacuerdo
Las diferentes ambientes e instalaciones resultan agradables	13%	23%	28%	16%	13%
El equipamiento del edificio está bien conservado	18%	24%	32%	17%	9%
Las instalaciones son confortables y acogedoras (uno se siente a gusto en ellas)	19%	26%	30%	15%	10%
Las instalaciones son seguras (cumplen las normas de seguridad)	9%	18%	28%	27%	18%
Las instalaciones están limpias	12%	23%	33%	19%	13%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales Chachapoyas -Junio 2012

En el cuadro N°3 se puede apreciar la opinión de los turistas nacionales con respecto a las instalaciones de los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Chachapoyas.

Acerca de lo agradable de los ambientes e instalaciones, 13% consideró estar muy de acuerdo, 23% de acuerdo, 28% expresó que los ambientes e instalaciones son regularmente agradables, 16% señaló desacuerdo al respecto y 13% manifestó estar muy en desacuerdo.

En cuanto a la conservación del equipamiento del edificio, 18% afirmó estar muy de acuerdo, 24% de acuerdo, 32% consideró que la conservación se da de manera regular, 17% sostuvo su desacuerdo y 9% expresó su total desacuerdo con respecto a este aspecto.

"CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012"

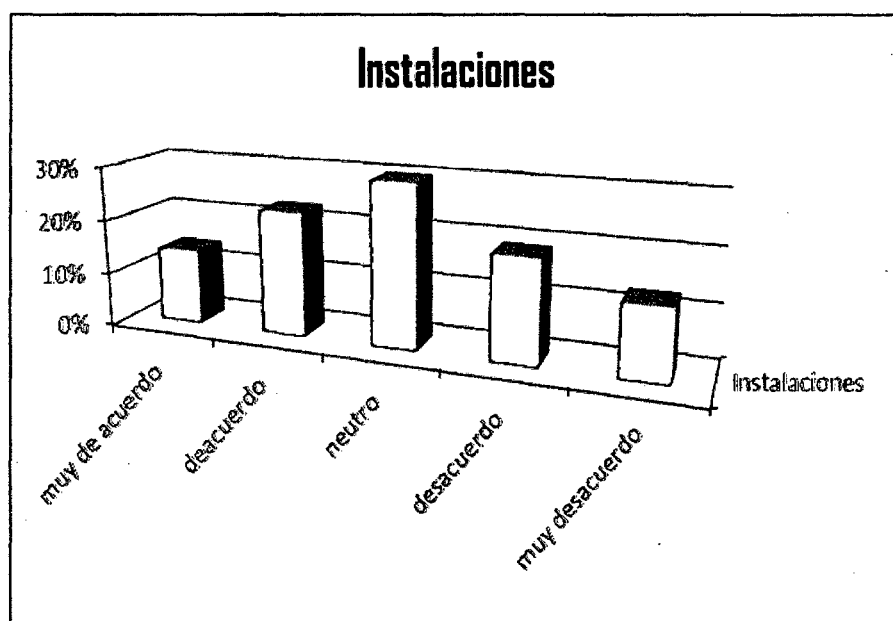
Sobre cuán confortables y acogedoras resultan las instalaciones para los turistas, 19% mencionó estar muy de acuerdo, 26% de acuerdo, 30% sostuvo que las instalaciones son regularmente confortables y acogedoras, 15% expuso su desacuerdo y 10% su total desacuerdo.

En lo referente a la seguridad de las instalaciones, 9% expresó estar muy de acuerdo, 18% señaló estar de acuerdo, 28% consideró que las instalaciones son regularmente seguras, 27% manifestó su desacuerdo y 18% su total desacuerdo.

Acerca de la limpieza de las instalaciones, 12% opinó estar muy de acuerdo, 23% de acuerdo, 33% manifestó que la limpieza de las instalaciones es regular, 19% expresó estar en desacuerdo y 13% en total desacuerdo. Se puede apreciar en grafico N°3 lo anteriormente dicho.

Gráfico N°3

Percepción de los turistas nacionales respecto a las "instalaciones" de los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Chachapoyas



“CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012”

4.2 RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A TURISTAS INTERNACIONALES ALOJADOS EN ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE DE LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS:

CUADRO N° 4

Opinión de turistas internacionales con respecto al “personal” que labora en los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Chachapoyas

Aspecto evaluado	Muy de acuerdo	De acuerdo	Regular	Desacuerdo	Muy desacuerdo
El personal esta dispuesto ayudar a los clientes	16%	27%	30%	16%	10%
Los colaboradores se preocupan de resolver los problemas de los clientes	19%	18%	31%	18%	13%
El personal conoce y se esfuerza por conocer las necesidades de cada cliente	10%	13%	28%	33%	15%
El personal es competente	9%	15%	28%	33%	15%
El personal es confiable	21%	25%	28%	18%	7%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas internacionales Chachapoyas -Junio 2012

El cuadro N° 4 muestra la opinión de los turistas internacionales con respecto al personal que labora en los establecimientos de hospedajes de la ciudad de Chachapoyas.

Con respecto a la disponibilidad del personal para ayudar a los clientes, 16% reveló estar muy de acuerdo, 27% señalo estar de acuerdo, 30% consideró que la disponibilidad de ayuda es regular, 16% opinó estar en desacuerdo y 10% su total desacuerdo.

Acerca de la preocupación de los colaboradores para resolver los problemas de los clientes, 19% evidenció estar muy de acuerdo, el 18% subrayó estar de

"CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012"

acuerdo, 31% consideró que la resolución de problemas de los clientes se da de forma regular, el 18% expreso su desacuerdo y el 13% su total desacuerdo.

Sobre el conocimiento y el esfuerzo de los empleados por conocer las necesidades de cada cliente, 10% evidenció estar muy de acuerdo, 13% indicó estar de acuerdo, 28% consideró

que el conocimiento y el esfuerzo del personal por conocer las necesidades de cada cliente es regular, 33% mencionó estar en desacuerdo y 15% su total desacuerdo.

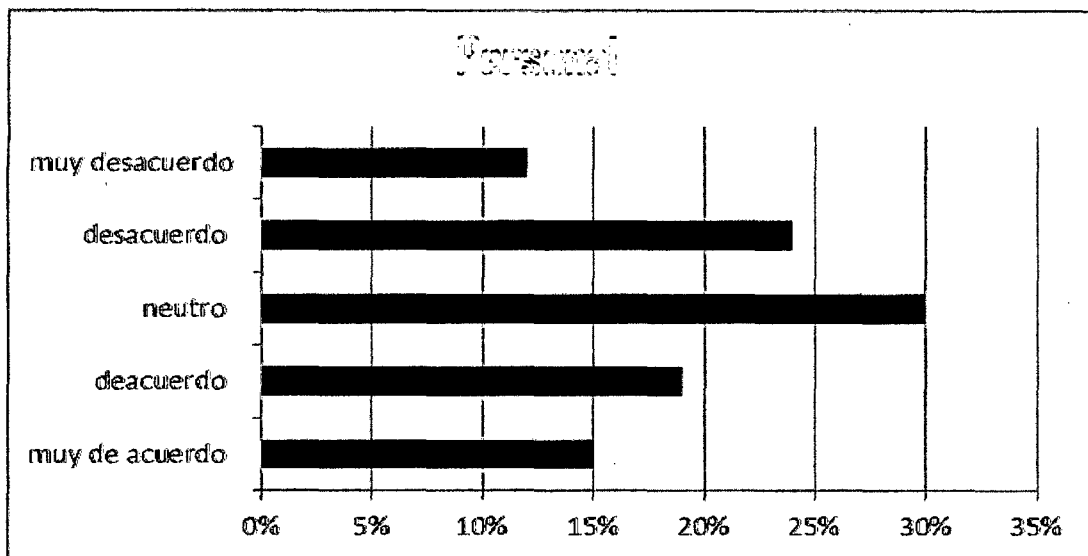
En relación a cuan competente es el personal, 9% destacó estar muy de acuerdo, 15% afirmó estar de acuerdo, 28% consideró que el personal es regularmente competente, 33% expreso estar en desacuerdo y 15% su total desacuerdo.

En lo referido a la confiabilidad del personal, 21% evidenció estar muy de acuerdo, 25% estar de acuerdo, 28% consideró como regular la confiabilidad del personal, 18% mostró desacuerdo y 7% su total desacuerdo. En el grafico N°4 lo expuesto anteriormente:

"CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012"

Grafico N°4

Percepción de los turistas internacionales respecto al "personal" que labora en los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Chachapoyas



Fuente: Encuesta aplicada a los turistas internacionales Chachapoyas Junio 2012

“CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012”

Cuadro N°5

Opinión de los turistas internacionales con respecto a la “organización” de los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Chachapoyas

Aspecto evaluado	Muy de acuerdo	De acuerdo	Regular	Desacuerdo	Muy desacuerdo
Se consigue fácilmente información sobre los diferentes servicios que solicita el cliente	13%	16%	18%	31%	21%
Los diferentes servicios funcionan con rapidez.	18%	12%	21%	34%	15%
Se resuelve de forma eficaz cualquier problema que pueda tener el cliente.	10%	15%	16%	37%	24%
El cliente es lo más importante.	7%	9%	28%	33%	22%
Se presta el servicio según las condiciones pactadas.	12%	18%	19%	39%	12%

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas internacionales Chachapoyas Junio 2012

El cuadro N°5 muestra la opinión de los turistas internacionales con respecto a la “organización” de los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Chachapoyas.

En lo relacionado a la facilidad de acceso a la información sobre los diferentes servicios que solicita el cliente, 13% expresó estar muy de acuerdo, 16% de acuerdo, 18% consideró que el acceso a la información se da de forma regular, 31% mostró estar en desacuerdo y 21% su total desacuerdo.

Con respecto a la rapidez con que funcionan los diferentes servicios, el 18% sostuvo estar muy de acuerdo, 12% afirmó estar de acuerdo, 21% subrayó que la rapidez es regular, 34% señaló estar en desacuerdo y 15% en total desacuerdo.

“CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012”

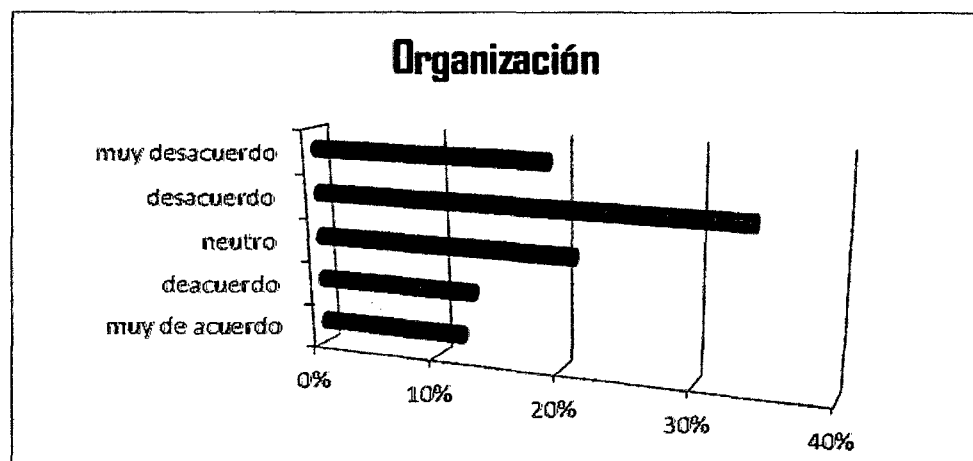
Sobre la eficacia en la resolución de problemas que pueda tener el cliente, 10% mencionó estar muy de acuerdo, 15% estar de acuerdo, 16% consideró regular la eficacia para la resolución de problemas del cliente, 37% señaló estar en desacuerdo y 24% en total desacuerdo.

Acerca de la importancia del cliente para la organización, 7% expreso estar muy de acuerdo, 9% de acuerdo, 28% consideró que la importancia del cliente para la organización es regular, 33% mostró estar en desacuerdo y 22% en total desacuerdo.

Respecto al servicio según las condiciones pactadas, 12% sostuvo estar muy de acuerdo, 18% de acuerdo, 19% afirmó que la prestación del servicio según las condiciones pactadas es regular, 39% manifestó estar en desacuerdo y 12% en total desacuerdo. En el grafico N°5 se puede observar lo anteriormente mencionado:

Grafico N°5

Percepción de los turistas Internacionales respecto a la “organización” que labora en los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Chachapoyas



Fuente: Encuesta aplicada a los turistas internacionales Chachapoyas Junio 2012

“CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012”

Cuadro N°6

Opinión de los turistas internacionales con respecto a las “instalaciones” de los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Chachapoyas

Aspecto evaluado	Muy de acuerdo	De acuerdo	Regular	Desacuerdo	Muy desacuerdo
Las diferentes ambientes e instalaciones resultan agradables	15%	19%	18%	31%	16%
El equipamiento del edificio está bien conservado	12%	15%	24%	34%	15%
Las instalaciones son confortables y acogedoras (uno se siente a gusto en ellas)	16%	21%	19%	36%	12%
Las instalaciones son seguras (cumplen las normas de seguridad)	10%	18%	18%	39%	15%
Las instalaciones están limpias	13%	21%	21%	33%	12%

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas internacionales Chachapoyas Junio 2012

El cuadro N°6 muestra la opinión de los turistas internacionales con respecto a las Instalaciones de los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Chachapoyas.

Con respecto a lo agradable de las instalaciones, 15% manifestó estar muy de acuerdo, 19% de acuerdo, 18% consideró que las instalaciones eran regularmente agradables, 31% señaló su desacuerdo y el 16% mostró estar muy desacuerdo.

En lo referente a la seguridad de las instalaciones, 10% expresó estar muy de acuerdo, 18% evidenció estar de acuerdo, 18% reveló que las instalaciones son regularmente seguras, 39% manifestó su desacuerdo y 15% su total desacuerdo.

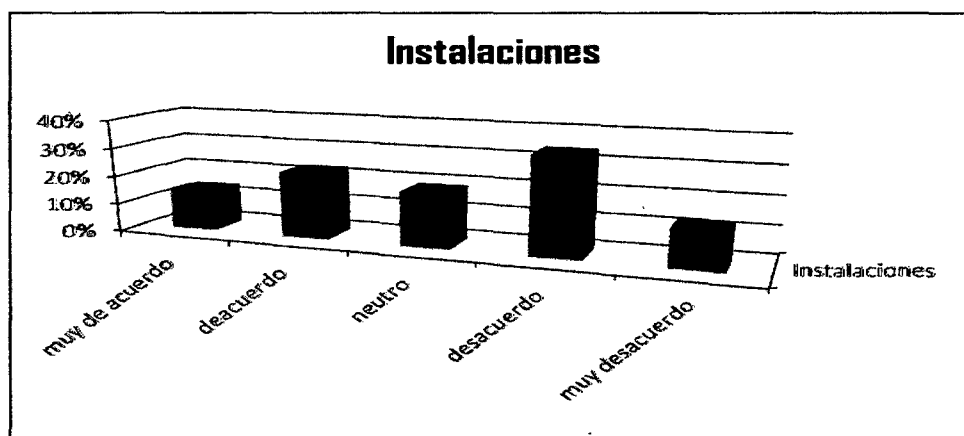
Con respecto a la limpieza de las instalaciones, 13% afirmó estar muy de acuerdo, 21% de acuerdo, 21% anotó que la limpieza de las instalaciones es

“CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012”

regular, 33% destacó estar en desacuerdo y 12% en total desacuerdo. Se puede observar lo mencionado en el grafico N°6:

Grafico N°6

Percepción de los turistas internacionales respecto a las “instalaciones” de los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Chachapoyas



Fuente: Encuesta aplicada a los turistas internacionales Chachapoyas Junio 2012

4.3 RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA AL PERSONAL QUE LABORA EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE DE LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS.

Con la finalidad de conocer las competencias (conocimientos, habilidades y actitudes) del personal que labora en los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Chachapoyas y como esto repercute en la calidad de la prestación del servicio, se aplicó una encuesta cuyo resultado se muestra en la siguiente descripción:

En lo referente a la edad del personal, 60% tiene un edad entre 20-29 años, 20% corresponde al grupo etario de 30- 38 años y 20% está representado por trabajadores de 39 años a más.

"CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012"

Con respecto a nivel de instrucción del personal cabe mencionar que 15% tiene educación primaria, 45% posee estudios secundarios y 40% está representado por jóvenes estudiantes del nivel superior.

En relación a la pregunta sobre cuán agradable es su trabajo, 70% manifestó una respuesta positiva, y 30% restante expresó no estar a gusto con el trabajo que realiza.

Sobre el tiempo de servicio, 15% labora menos de un mes, 25% destacó una antigüedad de 1 a 3 meses en su centro laboral, 35% labora más de 3 meses, 18% trabaja un año, 7% labora más de año.

Al consultar a los encuestados acerca de la razón por la que optaron un trabajo relacionado con los establecimientos de hospedaje, 16% manifestó que tiene experiencia en el rubro, el 37% lo considera una actividad temporal, 10% señaló que les gusta tener contacto directo con otras personas, 9% indicó que el sueldo es favorable y 26% menciona otras razones.

A la pregunta relacionada con el significado del término calidad, 18% sostuvo que este término hace alusión a hacer bien las cosas, 42% vinculó la calidad a la inexistencia de quejas o reclamos por parte de los clientes, 24% subrayó que calidad es recibir el agradecimiento de los clientes y 16% tienen concepciones diversas.

Acerca al grado de exigencia de los clientes en la prestación del servicio, 13% opinó que los clientes son poco exigentes, 39% manifestó que los clientes exigen mucho y pagan poco, 36% sostuvo que los clientes son muy exigentes y 9% expresó que no hay particularidad alguna.

“CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012”

En lo que respecta al conocimiento de técnicas de atención al cliente, 30% si tiene algún conocimiento y 70% desconoce.

El personal de los establecimientos, con respecto a los temas de capacitación, manifestó los siguientes porcentajes: 15% conoce de reservas, 40% Ama de llaves, 25% recepción y 20% con respecto a mantenimiento y seguridad de las instalaciones.

En lo que concierne a la mejora continua de la organización 30% expresó la necesidad de aumento de salario, 27% hizo referencia a mayores incentivos, 18% señaló mejoras en el clima laboral, 14% sugirió mejoras en horario de trabajo y 11% dio otras sugerencias.

V. DISCUSIONES

En el presente trabajo, utilizando el modelo Hotelqual se ha medido la calidad en la prestación del servicio percibida en los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Chachapoyas. En el cuestionario aplicado se ha podido recoger las opiniones de los turistas nacionales e internacionales y el personal que labora en los hostales/ hoteles para cada una de las variables que este modelo considera en las dimensiones de personal, instalaciones y organización.

La dimensión de Hotelqual vinculada al “personal”, destaca dentro de las dimensiones a medir la disponibilidad del personal para ayudar a los clientes. Los turistas nacionales como internacionales opinan que para el caso de Chachapoyas esta predisposición se aprecia de forma regular, lo cual expresa la necesidad de formar a los trabajadores para que estén pendientes constantemente de las necesidades que los huéspedes tienen y procurar la atención personalizada e individualizada. Debe entenderse además que cada puesto de trabajo del establecimiento de hospedaje es un eslabón importante para la satisfacción de los visitantes y si cada uno cumple proactivamente su tarea se logrará mejores resultados en beneficio de todos.

Otro aspecto medido es la preocupación para resolver los problemas de los clientes. Los encuestados sostuvieron que el avance respecto a esta variable en Chachapoyas es regular debido a que los empleados no tienen autonomía para resolver situaciones cotidianas. Cuando un cliente tiene alguna queja o reclamo debe ser atendido inmediatamente y es importante que los propietarios den la facultad a los trabajadores de tomar decisiones que den pronta solución a los

problemas e inconvenientes que tenga el huésped con la finalidad de que se lleva la mejor imagen del establecimiento.

Como se mencionó anteriormente, es de suma importancia que cada uno de los miembros de las empresas vinculadas a brindar el servicio de alojamiento posea la orientación hacia el cliente que es un principio muy importante de la calidad total. Particularmente, aplicando lo anteriormente dicho a la realidad de Chachapoyas y según lo señalado por los turistas nacionales e internacionales, esta orientación se da de manera regular. Por tanto en los establecimientos de hospedaje se debe fomentar el compromiso y liderazgo de los propietarios, la mejora continua que permita subsanar las deficiencias en la prestación del servicio, capacitación y entrenamiento continuo de todos los empleados, gestión participativa en la que cada empleado exprese las necesidades de los clientes para buscar soluciones conjuntas que fidelicen a los huéspedes.

A través de la recolección de información, se puede apreciar que en lo referente a cuan competente es el personal que labora en los establecimientos de hospedaje de Chachapoyas es preocupante indicar que tanto turistas nacionales como internacionales consideraron que el personal que los atendió no es competente. Para ser competente se requiere de conocimientos, habilidades, aptitudes, destrezas y valores. La asignación de funciones y responsabilidades a los trabajadores debe ser hecha teniendo en cuenta las características personales del RRHH para colocar a las personas adecuadas en los puestos adecuados y lograr la satisfacción de las expectativas de los huéspedes.

“CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012”

Para los visitantes nacionales y extranjeros, la confianza que les genera el personal de los establecimientos de hospedaje de Chachapoyas es regular. La hospitalidad está relacionada con el “servicio sin complejos”, con una actitud alegre, afectuosa, respetuosa, cordial, con tono jovial que haga que la comunicación sea más fácil. A través de la confianza se logra que el cliente tenga seguridad y lealtad a los servicios que el establecimiento de hospedaje le ofrece. Para incrementar el grado de confianza se debe evitar cometer errores, actuar honestamente en todo momento, mostrar interés permanente por el cliente y buscar el beneficio mutuo.

Con respecto a la dimensión “organización”, según el modelo Hotelqual se analizaron cinco variables para conocer de cerca las opiniones de los turistas. Acerca de la facilidad para obtener información de los diferentes servicios que solicita el cliente, tanto los turistas nacionales como internacionales mostraron su desacuerdo debido a que los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Chachapoyas no cuentan con material informativo (trípticos, revistas, afiches, etc.) que detalle las características de los servicios ofrecidos, lo que impide que el turista conozca todas las facilidades que puede encontrar al interior de los mismos.

Otro aspecto analizado estuvo referido a la rapidez con la cual se presta el servicio. Los turistas nacionales expresaron su total desacuerdo y los internacionales señalaron desacuerdo con respecto a la rapidez con la cual se presta el servicio. Esto resalta la importancia de que a nivel de las empresas

"CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012"

ligadas al alojamiento se establezcan procedimientos y estándares de atención al cliente lo cual permitirá agilizar el servicio.

También se recogió información acerca de la resolución eficaz de cualquier problema que pueda tener el cliente, tanto los turistas nacionales como internacionales señalaron su desacuerdo con la manera con la que se viene dando respuesta a sus necesidades. Como es bien sabido, en la actividad turística no existe oportunidad de causar dos veces una buena impresión, por tanto es de vital importancia que los propietarios y cada uno de los trabajadores asuman la responsabilidad de otorgar todas las facilidades necesarias para que la estancia de los huéspedes sea lo más placentera posible. Cuando un problema se presenta al interior del hotel/hostal se debe procurar subsanarlo teniendo detalles adicionales con los huéspedes para hacerlos olvidar los inconvenientes presentados.

En cuanto a la importancia del cliente para la organización, los turistas nacionales expresaron su total desacuerdo y los turistas internacionales su desacuerdo. El turismo en la región Amazonas viene creciendo pero no existe adecuada planificación que permita orientar el producto turístico hacia los segmentos de mercado a los que les interesa disfrutar de las actividades que se pueden realizar en esta parte del país. Esto repercute al interior de las empresas turísticas relacionadas al hospedaje quienes realizan sus labores de forma improvisada y no están conscientes de cuán importante es conocer a sus clientes para satisfacer de manera eficaz y eficiente sus expectativas.

Para los turistas es de suma importancia que el dinero que invierten en sus viajes les permita conseguir los servicios tal cual se describe en el material informativo o a través del internet, esperando la veracidad y la congruencia entre lo que se ofrece y lo que se da. Cada vez es mayor esta exigencia y en el caso de Chachapoyas para los turistas encuestados existe desacuerdo con respecto a este punto debido a que en algunas oportunidades ellos han obtenido información previa la cual al momento de la prestación del servicio no ha coincidido plenamente generando malestar.

Finalmente, otro aspecto analizado está referido a las "instalaciones" en las cuales se presta el servicio de alojamiento. En lo referente a cuan agradables resultan las instalaciones de los establecimientos de hospedaje de Chachapoyas, los turistas nacionales lo calificaron como regular y los turistas internacionales expresaron desacuerdo. Cada vez es mayor la exigencia de los clientes, si bien es cierto que los desplazamientos de los turistas no tienen como motivación principal pasar mucho tiempo en los establecimientos de hospedaje sino conocer los diferentes atractivos del destino visitado, es muy importante que los servicios que se le ofrece; en este caso el servicio de alojamiento; reúna los elementos adecuados que les permita una estancia agradable.

También es importante dotar a las instalaciones de diferentes elementos que hagan más satisfactoria la experiencia de los turistas en un determinado destino. Cuando se cuestionó a los huéspedes nacionales acerca de cuan confortables y acogedoras resultaron las instalaciones de los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Chachapoyas, los turistas nacionales las evaluaron como regular y

los turistas internacionales expresaron su desacuerdo. Resulta fundamental estar a la vanguardia de los avances tecnológicos y facilitar el acceso a ellos. Es fundamental incluir servicios adicionales como el internet inalámbrico, el acceso gratuito a internet, televisión por cable, música ambiental y otros; tener en cuenta la decoración, la iluminación, los colores, etc.; que se utilizan al interior de cada establecimiento y que otorgan mayor comodidad.

La planta turística de Chachapoyas está representada por construcciones que son adaptadas y acondicionadas para brindar servicios de alojamiento, de restauración, etc. Por tanto son pocas las instalaciones construidas especialmente para este fin y que sigan la normativa necesaria. Esto trae como consecuencia que la infraestructura de hospedaje de la ciudad de Chachapoyas sea considerada regular por los turistas nacionales y que los turistas internacionales expresen su desacuerdo en este punto. La implementación y exigencia del cumplimiento de la normativa para los hoteles/hostales a nivel de los establecimientos de hospedaje en esta ciudad traerían consigo mayor seguridad para los visitantes.

Un aspecto sencillo pero trascendental es la limpieza de las instalaciones de un establecimiento de hospedaje. Un viajero necesita mínimamente que la habitación de un hostel/hotel reúna las condiciones básicas de limpieza. Al aplicar la encuesta, con respecto a este punto los turistas nacionales la calificaron como regular y los turistas internacionales se mostraron en desacuerdo, debido a que existen diversos elementos que impiden la pulcritud de las instalaciones.

La organización no solo debe de estar orientada a la satisfacción de los clientes externos sino también procurar el bienestar de los clientes internos representados por el personal que labora en los establecimientos de hospedaje. El personal motivado e identificado con la cultura organizacional es capaz de brindar un servicio de calidad, ser responsable y proactivo desempeñando de manera eficiente las labores encomendadas.

En la ciudad de Chachapoyas, el personal que labora en los establecimientos de hospedaje está representado principalmente por jóvenes quienes poco a poco van incrementando sus conocimientos para brindar un mejor servicio a los visitantes.

Instituciones como la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza y CEVATUR vienen formando en los últimos años mano de obra calificada que brinde atención personalizada a los visitantes y eleve la calidad de la prestación del servicio a nivel regional.

Esta investigación ha permitido conocer que un elevado porcentaje del recurso humano que labora en los establecimientos de hospedaje de Chachapoyas se encuentra satisfecho de trabajar en el sector turismo y particularmente en alojamiento lo cual puede ser aprovechado por los propietarios de los hoteles/hostales para acrecentar esta motivación y contar con trabajadores dispuestos a dar lo mejor de sí mismos.

La estabilidad laboral es otro de los aspectos evaluados y que ha permitido determinar el bajo porcentaje de trabajadores que desempeña funciones ligadas a la hotelería por un tiempo mayor de un año. Esto trae consigo la

"CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012"

disminución de la calidad del servicio debido a la alta rotación del recurso humano.

Si bien es cierto la actividad turística de la región Amazonas viene creciendo aún no se ha dimensionado todo lo que el turismo planificado, responsable y sostenible puede contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la población amazonense. Lo anteriormente expresado se manifiesta en que laborar en este sector es considerado como un trabajo temporal y aún no se lo considera como un rubro que puede generar gran cantidad de fuentes de trabajo.

En relación con el término de calidad, un significativo porcentaje de los encuestados vincula este concepto con que no existan quejas ni reclamos por parte de los clientes, lo que muestra que a nivel de los establecimientos de hospedaje existe la necesidad de capacitar al recurso humano para que comprenda la magnitud, implicancias y beneficios de llevar a cabo la prestación del servicio con calidad.

El personal de los establecimientos de hospedaje considera que los clientes son cada vez más exigentes y que pagan poco. El flujo turístico actual está representado por mochileros extranjeros y turistas nacionales quienes no poseen mucho dinero. Sin embargo, a medida que la demanda turística se vaya diversificando y se difundan todas las potencialidades de la región Amazonas, los clientes pertenecerán a segmentos más sofisticados, más exigentes y con mayor capacidad de gasto.

Conocer las técnicas de atención al cliente optimiza el servicio y mejora la calidad en la prestación del servicio. En el caso particular de Chachapoyas, el

"CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012"

recurso humano que labora en los establecimientos de hospedaje un porcentaje significativo expresó desconocer este tipo de prácticas y por ende su desempeño no es óptimo.

Las capacitaciones que el recurso humano ha recibido están relacionadas principalmente con el área de limpieza y la recepción. Pero como se ha podido notar anteriormente, la capacitación debe abarcar otros temas que permitan que el personal conozca en funcionamiento de todo el establecimiento para lograr un mejor desempeño individual y grupal.

Por otro lado, con respecto a la mejora continua de la organización, los trabajadores consideran que los aspectos a mejorar están relacionados con el aumento de sueldos e incentivos a su labor para que se sientan más identificados y a gusto con su trabajo. La motivación del RRHH es un factor elemental para lograr calidad en la prestación del servicio. La remuneración es la recompensa por el trabajo realizado y se deben crear las condiciones necesarias para que el trabajo bien hecho y la productividad conseguida sean recompensados apropiadamente. El clima laboral también es trascendental para una gestión responsable pues es necesario transmitir entusiasmo, facilitar las tareas, fomentar la participación activa, trabajar en equipo, etc. para promover el compromiso responsable de todos los miembros del establecimiento de hospedaje.

VI. CONCLUSIONES:

- La calidad en la prestación del servicio de alojamiento en la ciudad de Chachapoyas presenta deficiencias debido a que el RRHH que labora en el sector no muestra disponibilidad para ayudar a los clientes y no adopta un comportamiento proactivo, responsable y de permanente iniciativa.
- Los trabajadores de los establecimientos no están autorizados para tomar decisiones que permitan, en algunos casos, resolver los problemas que se presentan para los clientes lo cual ocasiona la insatisfacción de los turistas.
- El personal que labora en los hoteles y hostales de la ciudad de Chachapoyas no posee aún las competencias (conocimientos, habilidades y actitudes) necesarias para brindar un servicio de calidad.
- El RRHH que labora en los establecimientos de hospedaje es regularmente confiable siendo necesarias algunas acciones para incrementarla.
- Los establecimientos de hospedaje carecen de material informativo sobre los distintos servicios que ofrecen.
- El servicio ofrecido al interior de los hoteles/hostales no es rápida.
- El RRHH aún no tiene idea de la importancia de resolver inmediatamente los inconvenientes que presenta el cliente durante su estadía.
- No existe una cultura empresarial orientada al cliente.
- El servicio ofrecido, en algunas oportunidades, es distinto al recibido ocasionando incomodidad y molestia en los clientes.
- Las instalaciones de los establecimientos de hospedaje no satisfacen aún las expectativas de los clientes pues aún no las consideran plenamente agradables, confortables y acogedoras.

“CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012”

- La adaptación de casas familiares en hoteles y hostales trae como consecuencia limitaciones en cuanto a la seguridad de los establecimientos de hospedaje.
- El nivel de limpieza de las instalaciones no es óptima.
- El personal que labora en los establecimientos de hospedaje es joven, le agrada su trabajo sin embargo lo considera una actividad provisional mientras encuentran otro trabajo.
- Las condiciones y la estabilidad laboral no facilitan la permanencia del RRHH lo cual disminuye la calidad del servicio.
- El concepto de calidad aún no forma parte de la prestación del servicio en los establecimientos de hospedaje y por tanto el personal que labora en los mismos no está familiarizado con el término.
- Los trabajadores de los establecimientos de hospedaje son conscientes de la creciente exigencia de los clientes sin embargo no tienen una orientación hacia los mismos.
- El RRHH está avanzando en la capacitación pero aún queda mucho por hacer respecto a este aspecto.
- El incremento de salarios e incentivos pueden motivar a los trabajadores para seguir trabajando en los establecimientos de hospedaje y brindar un mejor servicio.

VI. RECOMENDACIONES:

- La Dirección Regional de Turismo, como institución representativa del MINCETUR, debe promover la formalización y categorización de los establecimientos de hospedaje de la región Amazonas.
- Mediante la fiscalización permanente de los establecimientos de hospedaje categorizados, la DIRCETUR-Amazonas en alianza con otras instituciones como Defensa Civil puede promover el mejor acondicionamiento e implementación de los mismos.
- La capacitación teórica y práctica del RRHH que labora en los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Chachapoyas es una medida urgente a adoptar si se pretende mejorar la calidad del servicio. Para tal caso, la firma de convenios y alianzas con instituciones educativas públicas y privadas dedicadas a la formación de personal como CENFOTUR, LE CORDON BLUE, entre otras puede contribuir a elevar la calidad en la prestación del servicio de alojamiento.
- Los empresarios y dueños de los establecimientos de hospedaje de Chachapoyas requieren de un programa de capacitación que promueva la consolidación de una cultura corporativa orientada hacia el cliente interno y externo.
- El Gobierno Regional de Amazonas, la Municipalidad Provincial de Chachapoyas y gremios relacionados a la actividad hotelera como es el caso de AHORA-Amazonas deben desempeñar un rol activo a favor del turismo para posicionar a Amazonas como un destino que ofrece diversidad y calidad en su producto turístico.

"CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012"

- La aplicación de cuestionarios rápidos y simples a los huéspedes es una práctica de control de la calidad del servicio que debe ser incorporada por los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Chachapoyas para promover la mejora continua del servicio ofrecido a los turistas.
- Para fomentar el compromiso del RRHH a brindar un servicio de calidad es necesaria la implementación de un programa de incentivos que vayan más allá de los estímulos salariales y que promuevan el desarrollo humano de los trabajadores. Este tipo de programa puede ser implementado por un organismo representativo como AHORA.

VII REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alén, M. E., Mazaira, C. A. y Fraiz, B. J. A. (2004). *Calidad de servicio y satisfacción, ¿Antecedente o consecuente? Su evaluación en el ámbito del turismo termal*. Universidad de Vigo. Obtenido el 10 de Diciembre de 2006 desde http://www.cop.es/delegaci/andocci/VOL.23_1_5.pdf
- Alonso, A. M., Barcos, R.L. y Martín C. J. I. (2006). *Gestión de la Calidad de los procesos turísticos*. España: Síntesis.
- Ramírez, B. M. (2002). *Teoría General de Turismo*. Editorial Diana, México.
- Kotler, P., Bowen, J. y Makens, J. (1997). *Mercadotecnia para hotelería y turismo*. México: Prentice-Hall Hispanoamericana.
- Hoffman, K. D. y Bateson, J. E. G.(2002). *Fundamentos de marketing de servicios: Concepto, estrategias y casos*. México: Thompson.
- Müller, L.E. (2004). *Cultura de calidad de servicio*. México: Trilla.
- Taylor, W.J. y Shaw, R.T. (1994) *Mercadotecnia: Un enfoque integrador*. México: Trillas.
- Ortega, E. (2003). *Investigación y estrategias turísticas*. España: Thomson.
- Vavra, T. G. (2003). *Cómo medir la satisfacción del cliente según la ISO 9001:2000*. España: FC Editorial.
- Ricard Santomá(a) y Gerard Costa(b) 2007 *Calidad de Servicio en la Industria Hotelera: Revisión de la Literatura*
- Ruiz Guillermo *El Concepto de prestación de servicios y la transferencia de bienes intangibles en la ley del impuesto general a las ventas*

*"CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE
VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012"*

ANEXOS

"CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012"

ENCUESTA DE EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIOS EN ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE DE LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

Estimado huésped:

En nuestro intento por brindarle siempre un mejor servicio, le pedimos nos ayude a conocer las expectativas que tiene usted con respecto a la experiencia que esta por vivir en nuestro establecimiento de hospedaje.

Le pedimos que responda a este cuestionario de manera sincera, evaluando cada pregunta marcando con una X según su criterio.

¡Muchas gracias por su ayuda y que tenga una feliz estancia!

<u><i>Datos Generales del Huesped</i></u>
Nombre:.....
Procedencia:.....
Edad:.....
Sexo: (M) (F)

Perspectiva (Servicio que recibió)	MUY MALO	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO
1. Las dependencias y equipamiento del establecimiento de hospedaje (habitaciones, pasillos, etc.) deberían estar bien conservados.					
2. Las instalaciones del establecimiento de hospedaje son cómodas y acogedoras.					
3. Los empleados del establecimiento de hospedaje tienen una apariencia limpia y aseada.					
4. Las instalaciones están limpias.					

Perspectiva (Servicio que recibió)	MUY MALO	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO
5. Los elementos materiales de promoción relacionada con el servicio que ofrece el establecimiento de hospedaje son visualmente atractivas					
6. Los equipamientos (luces, electrodomésticos y medios audiovisuales) funcionan correctamente.					
7. Cuando en el establecimiento de hospedaje prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.					
8. Se resuelve en forma eficaz cualquier problema que pueda tener.					
9. Los distintos servicios que presta el establecimiento de hospedaje son presentados correctamente desde la primera vez					
10. Se presta el servicio según las condiciones pactadas.					
11. Considero justo el precio pagado por los servicios recibidos.					
12. Se informa oportunamente y con veracidad acerca de los diferentes servicios y condiciones.					
13. Los empleados ofrecen un servicio rápido y ágil.					
14. Los empleados están dispuestos a ayudarlo.					
15. Los empleados siempre están disponibles para proporcionarle información cuando lo necesite.					
16. Siempre hay alguna persona de la dirección a su disposición para cualquier problema que pueda surgir.					
17. El personal conoce e informa sobre todos los servicios que brinda el establecimiento de hospedaje.					
18. El personal es de confianza, se sintió seguro en dejar sus pertenencias en su habitación.					
19. Los empleados del establecimiento son siempre amables.					
20. Se actuó con discreción y se respetó su intimidad.					
21. El personal es competente y profesional.					
22. Las instalaciones son seguras (cumplen las normas de seguridad)					

“CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012”

Perspectiva (Servicio que recibió)	MUY MALO	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO
23. Los empleados del establecimiento de hospedaje se dirigen a mí por mi nombre. Se presta un servicio personalizado.					
24. Los empleados del establecimiento de hospedaje conocen y comprenden sus necesidades. Yo soy lo más importante.					
25. Los horarios de los servicios son flexibles y adaptados a mí.					
26. Fácil ubicación del establecimiento.					

CALIFICACIÓN GENERAL DEL SERVICIO

BUENO

MALO

¿RECOMENDARÍA USTED EL SERVICIO

SI

NO

¡Muchas Gracias!

ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL QUE LABORA EN LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DE LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS.

I. DATOS GENERALES.

Sexo: M () F () 2. Edad ()

Cargo que desempeña

.....

II. DATOS DE LA INSTITUCIÓN.

Nombre del establecimiento.

.....

En su opinión; considera que su establecimiento cumple adecuadamente con la limpieza y mantenimiento que los turistas que esperan? ¿De qué manera?

.....

Considera que su establecimiento reúne las condiciones de comodidad y acogida de los turistas? ¿De qué manera?

.....

Considera que su empresa cubre las expectativas de los turistas y que existe una relación entre precio y calidad? ¿Cómo?

.....

Como se maneja las quejas y reclamos de los turistas? ¿Quién es el encargado de resolverlas?

.....

"CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012"

Cree que la prestación de sus servicios satisfacen las expectativas de los turistas a la primera?

.....

Considera que la comunicación con sus clientes internos y externos es la adecuada? ¿Por qué?

.....

Su establecimiento cumple con las normas de seguridad vigentes? ¿Con cuales?

.....

Su establecimiento realiza cambios permanentes que se adecuen a las necesidades del turista? ¿Cuáles?

.....

Considera que la atención brindada a los turistas es personalizada? ¿Cómo se manifiesta?

.....

¿Cree que estar motivado mejora el desempeño laboral en su empresa? ¿Por qué?

.....

Gracias por su tiempo

“CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012”

ESTABLECIMIENTOS CLASIFICADOS Y CATEGORIZADOS							
N°	CLASE	CATEGORIA	NOMBRE COMERCIAL	DOMICILIO	DISTRITO	HAB.	PLAZAS CAMA
1	HOSTAL	3 ESTRELLAS	HOSTAL CASONA MONSANTE	Jr. AMAZONAS N° 746	CHACHAPOYAS	9	27
2	HOSTAL	3 ESTRELLAS	HOSTAL CASA VIEJA	Jr. CHINCHA ALTA N° 569	CHACHAPOYAS	14	27
3	HOSTAL	3 ESTRELLAS	LAS ORQUIDEAS HOSTAL	Jr. AYACUCHO N° 1231	CHACHAPOYAS	12	36
4	HOSTAL	2 ESTRELLAS	HOSTAL BELEN	Jr. ORTIZ ARRIETA N° 540	CHACHAPOYAS	11	18
5	HOSTAL	2 ESTRELLAS	HOSTAL JOHUMAJI	Jr. AYACUCHO N° 711	CHACHAPOYAS	38	51
6	HOSTAL	2 ESTRELLAS	HOSTAL EL DORADO	Jr. AYACUCHO N° 1062	CHACHAPOYAS	15	28
7	HOSTAL	1 ESTRELLA	HOSTAL KARAJIA	Jr. DOS DE MAYO N° 546	CHACHAPOYAS	33	43
8	HOSTAL	3 ESTRELLAS	HOSTAL VILLA DE PARIS	Km2 SALIDA A CHICLAYO	CHACHAPOYAS	12	15
9	HOSTAL	2 ESTRELLAS	HOSTAL GOCTA	Jr. AMAZONAS N° 721	CHACHAPOYAS	12	17
10	HOSTAL	2 ESTRELLAS	HOSTAL REVASH	Jr. GRAU N° 517	CHACHAPOYAS	17	29
11	HOSTAL	3 ESTRELLAS	HOSTAL VISTA HERMOSA	Jr. PUNO N° 285 - 295	CHACHAPOYAS	20	
12	HOTEL	3 ESTRELLAS	HOTEL PUMA URCO	Jr. AMAZONAS N° 833	CHACHAPOYAS	20	36
13	HOTEL	1 ESTRELLA	HOTEL KUELAP	Jr. AMAZONAS N° 1057	CHACHAPOYAS	40	
14	HOTEL	2 ESTRELLAS	CASA BLANCA HOTEL	Av. MARGINAL N° 122	PEDRO RUIZ-JAZAN	39	67
15	HOSTAL	1 ESTRELLA	HOSTAL CINCO ESQUINAS	Jr. SORIANO MORGAN N° 261	PEDRO RUIZ-JAZAN	14	14
16	HOSTAL	2 ESTRELLAS	HOSTAL FORTALEZA DE KUELAP	Jr. GARCILASO DE LA VEGA N° 454	LAMUD	18	23
17	HOSTAL	2 ESTRELLAS	HOSTAL EL PARAISO	Jr. HUAMBO N° 314	SAN NICOLAS	12	21

"CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012"

ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE NO CATEGORIZADOS					
N°	NOMBRE COMERCIAL	DOMICILIO	DISTRITO	HAB.	CAMA
1	HOSTAL PLAZA	Jr.GRAU N° 534	CHACHAPOYAS	8	28
5	HOSTAL CEBICHERIA LA PASKANA	Jr. SALAMANCA N° 649	CHACHAPOYAS	6	8
6	HOSTAL CONTINENTAL	Jr. ORTIZ ARRIETA N° 431	CHACHAPOYAS	18	38
7	GRAN HOTEL VILAYA	Jr. AYACUCHO N° 755	CHACHAPOYAS	18	29
8	HOSTAL IBERICO	Jr. TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA N° 511	SAN NICOLAS	9	9
9	HOTEL PRINCE AZUL	Jr. AMAZONAS N° 117	SAN NICOLAS	20	34
10	HOSTAL SAN ANTONIO	Jr. AMAZONAS Y VICTOR MORI N° 100	SAN NICOLAS	15	23

"CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012"

ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE CON DECLARACION JURADA

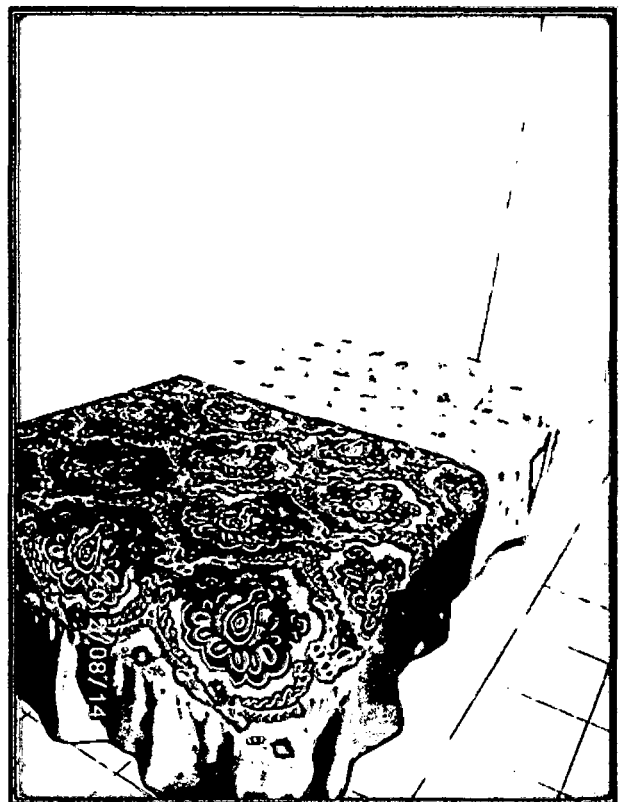
N°	N° RUC	NOMBRE COMERCIAL	DOMICILIO	DISTRITO	HAB.	CAMA
1	10334053089	EL GRAN PAJATEN	Jr. LA MERCED N° 505	CHACHAPOYAS	13	13
2	10334056509	HOSPEDAJE GUTIERREZ	Jr. ORTIZ ARRIETA N° 371	CHACHAPOYAS	10	11
3	10428531651	HOSPEDAJE JENNY	Psje DAVID REYNA N° 285	CHACHAPOYAS	8	13
4	10334056703	HOSPEDAJE EL POSEIDON	Jr. LIBERTAD N° 1062	CHACHAPOYAS	27	28
5	10334054018	CASA HOSPEDAJE SAN PEDRO	Jr. CHINCHA ALTA N° 391	CHACHAPOYAS	24	29
6	10451602476	CASA HOSPEDAJE LA POSADA DE TICO	Jr. ORTIZ ARRIETA N° 724	CHACHAPOYAS	10	16
7	10104749408	HOSPEDAJE RESTAURANT VEGETARIANO "EL PARAISO DE LA SALUD"	Jr. ORTIZ ARRIETA N° 448	CHACHAPOYAS	22	40
8	10334041234	CASA HOSPEDAJE JEHOVA ES MI LUZ	Psje DAVID REYNA N° 100	CHACHAPOYAS	21	28
9	10337900416	CASA HOSPEDAJE SHUBET	Jr. AMAZONAS N° 440	CHACHAPOYAS	18	28
10	10445905360	HOSTAL RELAX	Jr. SALAMANCA N° 304	CHACHAPOYAS	11	
11	20480024479	VILLA CONSUELO	SAN ISIDRO S/N	CHACHAPOYAS	9	
12	10064035270	HOSTAL AMAZONAS	Jr. GRAU N° 565	CHACHAPOYAS	15	21
13	10334294825	HOSPEDAJE LAGUNA DE LOS CONDORES	JR. SALAMANCA N° 941	CHACHAPOYAS	15	15
14	10408495682	HOSPEDAJE ÑUÑURCO	JR. ORTIZ ARRIETA N° 186	CHACHAPOYAS	12	12
15	10446571864	HOSPEDAJE CHACHAPOYAS	LR. LIBERTAD N° 1068	CHACHAPOYAS	27	36

HABITACIONES



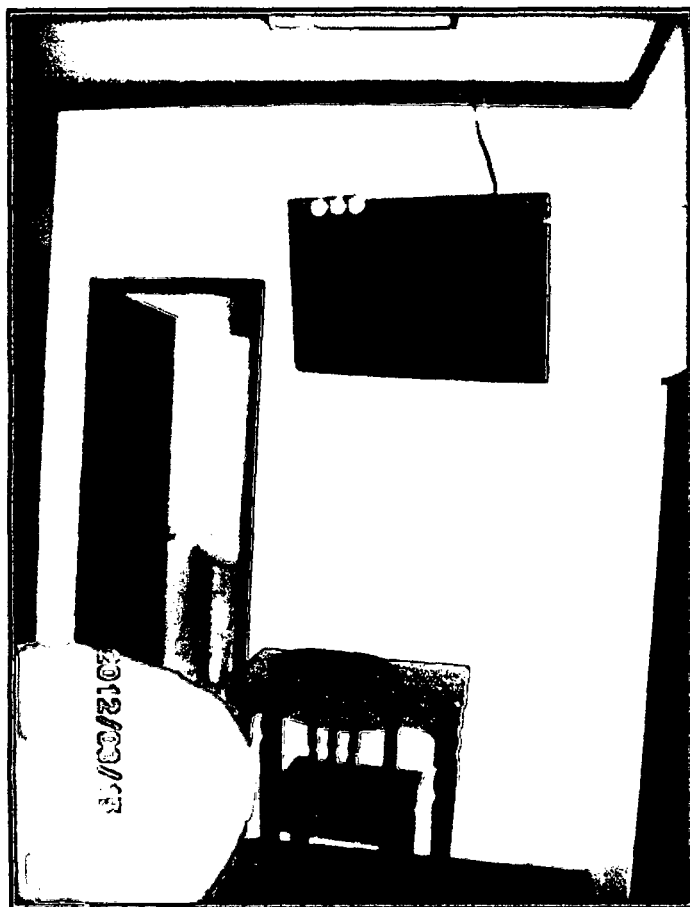
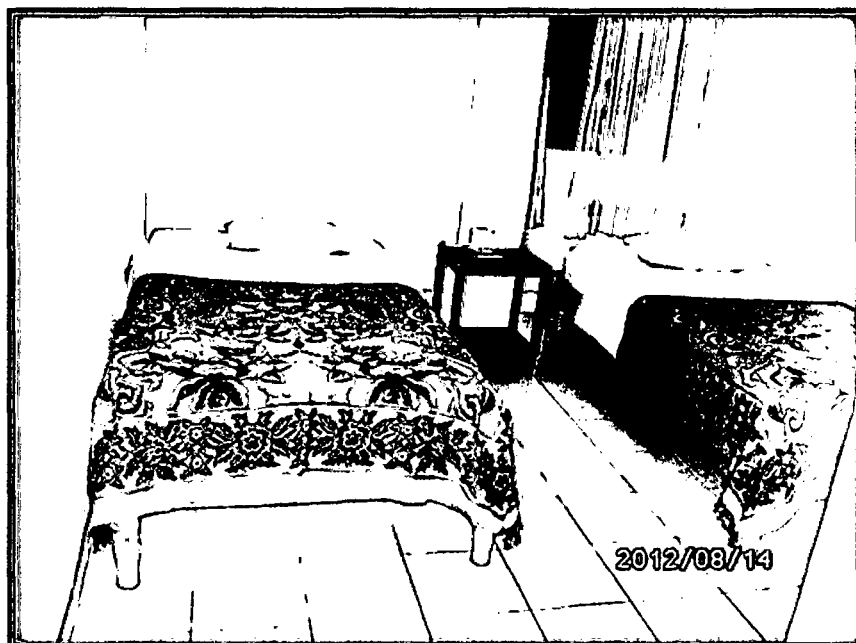
HABITACION SIMPLE
"HOTEL PUMA HURCO"

HABITACION "HOSTAL JOHUMAJI"



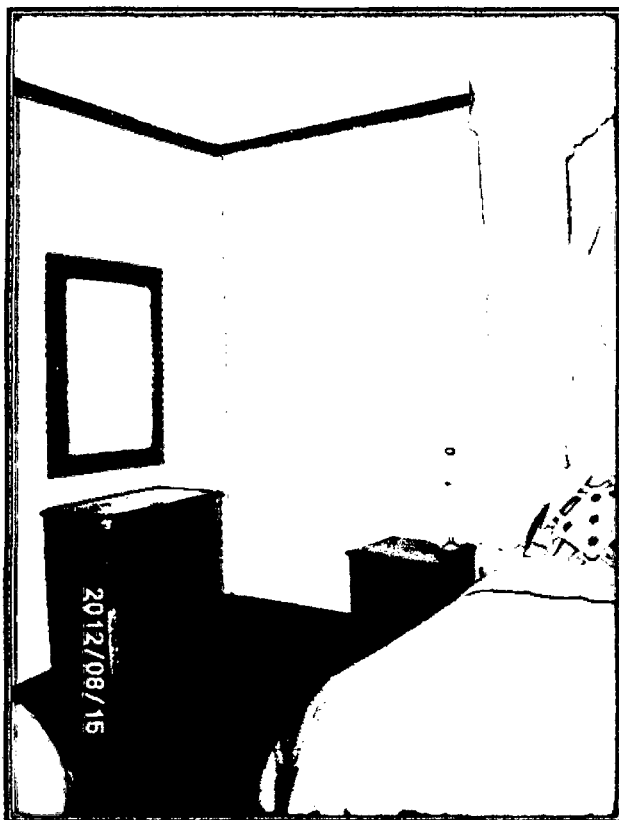
"CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012"

HABITACION DOBLE "HOSTAL KARAJIA"



HABITACION "HOSTAL GOCTA"

"CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS AÑO 2012"



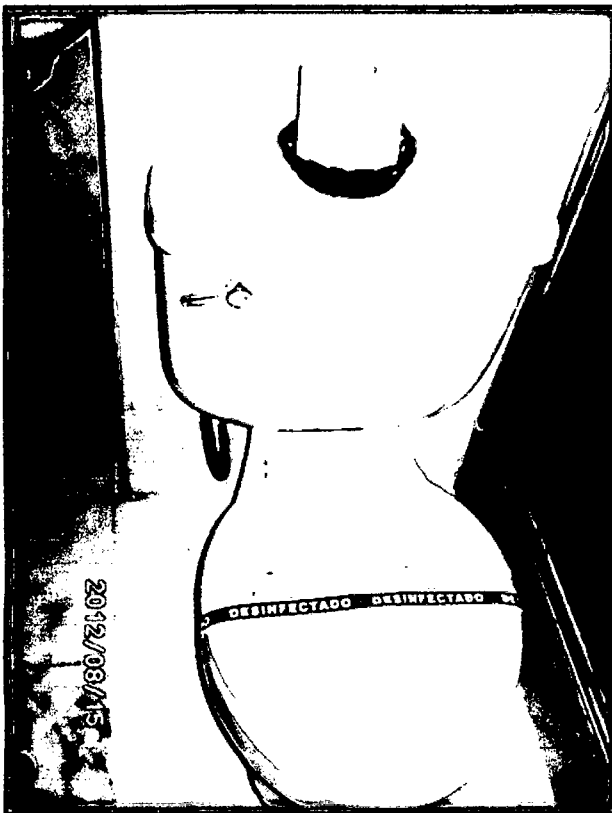
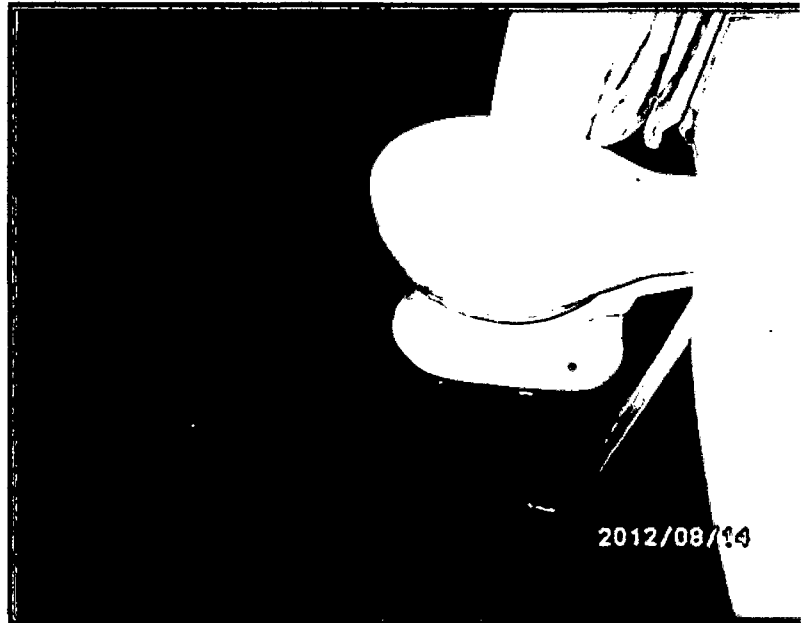
HABITACION "HOTEL PUMA URCO"

"HOSTAL CASA VIEJA"



SERVICIOS HIGIÉNICOS

"HOTEL KUELAP"



"HOTEL PUMA URCO"