

UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS

“Nivel de Calidad de Servicio en los Hoteles de Tres Estrellas de la Ciudad de Abancay 2018”

Presentado Por:

Christ Mirella Bravo Chávez

Para optar el Título de Licenciado en Administración

Abancay, Perú

2020



UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS

“NIVEL DE CALIDAD DE SERVICIO EN LOS HOTELES DE TRES ESTRELLAS
DE LA CIUDAD DE ABANCAY 2018”

Presentado por **Christ Mirella Bravo Chávez**, para optar el Título de:
Licenciado en Administración.

Sustentado y aprobado el 14 de diciembre de 2020 ante el jurado evaluador:

Presidente:


Mgt. Yavell Adhemir Barrionuevo Inca Roca

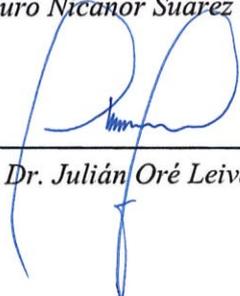
Primer Miembro:


Mgt. Gregorio Gauna Chino

Segundo Miembro:


Lic. Arturo Nicanor Suárez Orellana

Asesor:


Dr. Julián Oré Leiva

“Nivel De Calidad De Servicio En Los Hoteles De Tres Estrellas De La Ciudad De
Abancay 2018”

Línea de Investigación: Gestión empresarial

Esta publicación está bajo una Licencia Creative Commons.



Dedicatoria

Este trabajo va dedicado a mi querido padre: Jorge Bravo Paniagua, a mis hermanos, hermanas y familia, por su amor y apoyo incondicional.



Agradecimiento

Agradezco a Dios, por la fortaleza y el amor con el que me cuida y bendice cada día, por ser mi fuente inspiración y mi soporte en todos los momentos de mi vida y porque me da la oportunidad de crecer y mejorar cada día. A mi padre por todo su apoyo incondicional y constante en todas las etapas de mi vida sobre todo en mi desarrollo personal y profesional.



ÍNDICE

	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
RESUMEN	2
ABSTRACT	3
CAPÍTULO I	4
PANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.1. Planteamiento del problema.....	4
1.2. Enunciado del problema.....	6
1.2.1. Problema general	6
1.2.2. Problemas específicos	6
1.3. Justificación de la investigación.....	6
1.3.1. Justificación teórica.....	6
1.3.2. Justificación metodológica.....	7
1.3.3. Justificación social	7
1.3.4. Justificación práctica.....	8
CAPÍTULO II	9
OBEJTIVOS E HIPOTESIS	9
2.1. Objetivos de la investigación	9
2.1.1. Objetivo general.....	9
2.1.2. Objetivos específicos	9
2.2. Hipótesis de la investigación.....	9
2.2.1. Hipótesis general.....	9
2.3. Operacionalización de variables	10
CAPÍTULO III	11
MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	11
3.1. Antecedentes	11
3.2. Marco teórico	15
3.2.1. Principales definiciones de la calidad	15
3.2.2. Cultura de la calidad.....	17
3.2.3. Calidad en los servicios.....	17



3.2.4. Diferencias entre la producción de servicios y productos	18
3.2.5. Factores que influyen en las expectativas de los clientes	19
3.2.6. Criterios generales de evaluación de los servicios	20
3.2.7. Modelos de Calidad	21
3.2.8. Sistemas de calidad	31
3.3. Marco conceptual.....	33
CAPÍTULO IV.....	35
METODOLOGÍA.....	35
4.1. Tipo y nivel de investigación	35
4.1.1. Tipo de investigación	35
4.1.2. Nivel de investigación.....	35
4.2. Diseño de la investigación	36
4.3. Población y muestra: Población.....	36
4.3.1. Muestra	37
4.4. Procedimiento de la investigación	38
4.5. Técnicas e instrumentos	38
4.5.1. Técnicas	38
4.5.2. Instrumentos	39
4.6. Análisis estadístico.....	39
4.7. Hipótesis de la Investigación	40
CAPÍTULO V	41
RESULTADOS Y DISCUSIONES	41
5.1. Análisis de resultados	41
5.1.1. Descripción de resultados de las tablas y figuras de los datos generales de los directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay	41
5.1.2. Descripción de resultados de las tablas y figuras de la variable Calidad.....	44
5.1.3. Descripción de resultados de las tablas y figuras de las dimensiones de los factores de calidad.	45
5.1.4. Descripción de resultados de los huéspedes, datos generales de los directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay.....	55
5.1.5. Descripción de resultados con tablas y figuras por ítems de los factores de calidad de los huéspedes	58



5.2. Contratación de hipótesis.....	59
5.2.1. Hipótesis estadísticas Hipótesis general	59
5.2.2. Hipótesis específica 2.....	61
5.2.3. Hipótesis específica 3.....	62
5.3. Discusión	63
CAPÍTULO VI.....	65
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	65
6.1. Conclusiones	65
6.2. Recomendaciones	66
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	68
ANEXO.....	76



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables de investigación	10
Tabla 2 Escala de medición para la variable Calidad de Servicio.....	39
Tabla 3 Frecuencia y porcentaje de Genero de los directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.....	41
Tabla 4 Frecuencia y porcentaje de edad de los directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.....	42
Tabla 5 Frecuencia y porcentaje de profesión u oficio de los directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.....	43
Tabla 6 Frecuencia y porcentaje de la variable calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018	44
Tabla 7 Frecuencia y porcentaje de la dimensión alta gerencia de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018	45
Tabla 8 Frecuencia y porcentaje de la dimensión planeamiento de la calidad de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018	46
Tabla 9 Frecuencia y porcentaje de la dimensión auditoria y evolución de la calidad de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.....	47
Tabla 10 Frecuencia y porcentaje de la dimensión diseño del producto de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.....	48
Tabla 11 Frecuencia y porcentaje de la dimensión gestión de la calidad del proveedor de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.....	49
Tabla 12 Frecuencia y porcentaje de la dimensión control y mejoramiento del proceso de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018	50
Tabla 13 Frecuencia y porcentaje de la dimensión control y mejoramiento del proceso de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.....	51
Tabla 14 Frecuencia y porcentaje de la dimensión evaluación y entrenamiento de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018	52
Tabla 15 Frecuencia y porcentaje de la dimensión círculos de calidad de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.....	53



Tabla 16 Frecuencia y porcentaje de la dimensión enfoque hacia la satisfacción del cliente de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018 ...	54
Tabla 17 Frecuencia y porcentaje de Genero de los huéspedes de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.....	55
Tabla 18 Porcentaje de Genero de los huéspedes de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.....	56
Tabla 19 Frecuencia y porcentaje de procedencia de los huéspedes de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.....	57
Tabla 20 Frecuencia y porcentaje - el hotel cuenta con una infraestructura en buen estado y moderna de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018	58
Tabla 21 Prueba de hipótesis con el t-Student para una muestra única	59
Tabla 22 Prueba de hipótesis con el t-Student para una muestra única	60
Tabla 23 Prueba de hipótesis con el t-Student para una muestra única	61



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Porcentaje de Genero de los directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.....	41
Figura 2 Porcentaje de edad de los directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.....	42
Figura 3 Porcentaje de profesión u oficio de los directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018	43
Figura 4 Porcentaje de la variable calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.....	44
Figura 5 Porcentaje de la dimensión alta gerencia de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.....	45
Figura 6 Porcentaje de la dimensión planeamiento de la calidad de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.....	46
Figura 7 Porcentaje de la dimensión auditoria y evolución de la calidad de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.....	47
Figura 8 Porcentaje de la dimensión diseño del producto de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018	48
Figura 9 Porcentaje de la dimensión gestión de la calidad del proveedor de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.....	49
Figura 10 Porcentaje de la dimensión control y mejoramiento del proceso de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.....	50
Figura 11 Porcentaje de la dimensión control y mejoramiento del proceso de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.....	51
Figura 12 Porcentaje de la dimensión evaluación y entrenamiento de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.....	52
Figura 13 Porcentaje de la dimensión círculos de calidad de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018	53
Figura 14 Porcentaje de la dimensión enfoque hacia la satisfacción del cliente de los factores	



de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.....	54
Figura 15 Porcentaje de Genero de los huéspedes de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.....	55
Figura 16 Porcentaje de edad de los huéspedes de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.....	56
Figura 17 Porcentaje de procedencia de los huéspedes de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018	57
Figura 18 Porcentaje - el hotel cuenta con una infraestructura en buen estado y moderna de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.....	58



INTRODUCCIÓN

La investigación tiene como tema central la calidad de servicio, la cual se define en como las empresas implementan y gestionan la calidad dentro de la organización para ofrecer servicios que cuentan con estándares mínimos de calidad, reconocidos a nivel nacional e internacional. La mayoría de las empresas hoteleras en del Perú basan su implementación de la calidad en el Plan Nacional de la Calidad Turística en el Perú, regido por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

La motivación principal para realizar este estudio, fue la necesidad de conocer la situación actual de los hoteles con respecto a la implantación de la calidad, para ello se llevó a cabo la recolección de información a través de la encuesta directa a los ejecutivos y huéspedes de los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, la información recabada fue muy relevante para el trabajo de investigación.

Teniendo en cuenta todo lo mencionado anteriormente, el presente trabajo de investigación centra sus objetivos en conocer la calidad de servicio en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, para lo cual se identificaron 9 dimensiones: alta gerencia, planeamiento de la calidad, auditoria y evolución de la calidad, diseño del producto, gestión de la calidad del proveedor, control y mejoramiento del proceso, evaluación y entrenamiento, círculos de calidad y enfoque hacia la satisfacción del cliente. Para lograr los objetivos planteados, el trabajo de investigación tiene la siguiente estructura:

En el capítulo I se presenta el planteamiento del problema, la descripción del problema, el enunciado general y específicos, el objetivo general y específicos, la justificación y delimitación de la investigación. En el capítulo II se basa en los antecedentes internacionales, nacionales y regionales y el marco referencial, esta información permitió orientar el curso de la investigación, así como el marco referencial para mejor entendimiento del tema. En el capítulo III se realiza la definición de la variable, la operacionalización de variables, se plantea la hipótesis general y específicas, tipo y diseño de la investigación, población y muestra, procedimientos de la investigación, material de la investigación.

En el capítulo IV se realizó la descripción de los resultados y la contratación de hipótesis y finalmente la discusión de los resultados correspondiente al nivel de calidad de servicio en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay con el fin de dar a conocer la problemática, también se detalla una relación de fuentes bibliográficas que sirvieron como base documental y fuente de consulta para el presente trabajo de investigación y los anexos para el soporte de la investigación.



RESUMEN

El presente trabajo de investigación titula: “Nivel de calidad de servicio en los hoteles de tres estrellas de la Ciudad De Abancay 2018”, tiene como variable de estudio la Calidad, la cual fue revisada en diferentes trabajos de investigación y libros científicos, la bibliografía está basada en tendencias globales y nacionales ya que considero que el estudio contribuirá a la comunidad académica.

La metodología utilizada fue de tipo básico, nivel descriptivo y diseño no experimental, tuvo como objetivo conocer la calidad de servicio de los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay 2018. Para la recolección de datos se utilizó como instrumento la encuesta tipo Likert la misma que fue validada por expertos, la encuesta fue aplicada en tres hoteles a los ejecutivos y huéspedes la cual fue aplicada a una muestra de 3 ejecutivos y 201 huéspedes, los huéspedes fueron internacionales, nacionales y locales, de diferentes edades y género.

Los resultados demostraron que el nivel de calidad de servicio en los hoteles de tres estrellas la ciudad de Abancay es regular, lo gerentes de los hoteles coinciden que es necesario implementar y fortalecer sistemas de calidad basados en factores de éxito que permitan satisfacer las necesidades de los huéspedes y posicionar a las empresas dentro de un mercado creciente y cada vez más competitivo. Se ha tomado consideración en el nivel de confianza de la investigación ha sido al 95%.

Palabras clave: *hotel, calidad, cliente, turismo, mejora continua, ISO 9000*



ABSTRACT

This research paper entitled: "Level of quality of service in the three-star hotels of the City of Abancay 2018", has as a study variable the Quality, which was reviewed in different research papers and scientific books, the bibliography It is based on global and national trends since I believe that the study will contribute to the academic community.

The methodology used was of the basic type, descriptive level and non-experimental design, with the objective of knowing the quality of service of the three-star hotels in the city of Abancay 2018. For the data collection, the Likert-type survey was used as an instrument. Same that was validated by experts, the survey was applied in three hotels to executives and guests which was applied to a sample of 3 executives and 201 guests, the guests were international, national and local, of different ages and gender.

The results showed that the level of quality of service in the three-star hotels in the city of Abancay is regular, the hotel managers agree that it is necessary to implement and strengthen quality systems based on success factors that meet the needs of the guests and position companies within a growing and increasingly competitive market. The level of research confidence is 95%.

Keywords: *hotel, quality, customer, tourism, continuous improvement, ISO 9000*



CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

En la actualidad las empresas a nivel mundial son más competitivas y la búsqueda de la calidad en los servicios y productos es un factor determinante para competir en los mercados internacionales, el fenómeno de la globalización ha generado que las organizaciones cada vez deben mejorar en la implementación de tecnologías de información y comunicación, con la finalidad de ampliar la oferta de bienes y servicios a otros mercados, por tanto, las organizaciones tienen la oportunidad de mejorar las condiciones que se vienen entregando los productos y servicios, con el propósito de buscar la satisfacción de los clientes.

En este mismo contexto el sector de servicio de hoteles y hospedajes está experimentando según Hostelsur (2016) donde se describe que la industria hotelera “cayo a nivel mundial de 58% de 2013 al 56 % en 2017, el boom en el crecimiento del turismo internacional conlleva nuevos retos para las empresas hoteleras, ahora es el momento y la oportunidad que tendrán para competir en escenarios de continuo crecimiento y al que tendrán que adaptarse buscando las mejores estrategias de gestión y calidad para competir en un mercado cada vez más exigente y con características de necesidades cada vez más diferenciados.

Según algunos reportes que da a conocer Portal de turismo (s.f.) En los últimos cinco años se han implementado en el Perú 43 nuevos hoteles de 3, 4 y 5 estrellas, aumentando la oferta en 3,580 habitaciones, según revela el informe del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú (MINCETUR 2017). El sector hotelero muestra una evolución favorable gracias al crecimiento de la demanda, sin embargo, existe mucho empirismo a la hora de ofrecer un servicio de calidad, se requiere mayor inversión en capacitación e implementación de sistemas de calidad. A nivel nacional según Compendio Estadístico Perú (2015) para el 2014 se tenía 724 hospedajes con categoría de tres estrellas con personal ocupado de 7305 al mes. Estas cifras irán mejorando puesto que el turismo interno e internacional sigue creciendo.



El crecimiento de la industria hotelera en el Perú en los últimos años involucra el compromiso con la calidad de servicios. Por ello resulta importante investigar los factores que determinan la calidad de los servicios en las empresas hoteleras del Perú. El Centro de Desarrollo Industrial a través del comité de Gestión de la Calidad otorga el reconocimiento a la Gestión de la Calidad basado en el modelo de Excelencia de Gestión, sin embargo, a la fecha ninguna empresa hotelera logra obtener este reconocimiento. En el sector turismo en términos de calidad contamos con el Plan Nacional de Calidad Turística del Perú diseñado por el MINCETUR, se basa en el sistema de buenas prácticas en la gestión del servicio turístico, el propósito es impulsar la calidad turística y una cultura de calidad en el sector turismo, sin embargo los niveles de calidad y el cumplimiento de los estándares de calidad son mínimos en los hoteles en el Perú.

En Apurímac en la ciudad de Abancay según MINCETUR (2017) contamos con tres hoteles con la calificación de tres estrellas así tenemos el Hotel de Turistas de Abancay, Siball Hotel y El Peregrino. La región Apurímac en el 2014 recibió 2180 turistas nacionales y 1613 turistas extranjeros y a diferencia de años anteriores existe un incremento de visitantes a la ciudad de Abancay.

Según el MINCETUR (2017) los hoteles con clasificación tres estrellas de la ciudad de Abancay vienen cumpliendo con los requisitos mínimos establecidos para la obtención de dicha clasificación. Así mismo la gestión de la calidad no está siendo trabajada por la gerencia en los hoteles antes mencionados ya que no existe un compromiso firme y documentado para la implementación de la calidad en los servicios. Es por ello que se hace necesario investigar para tener un conocimiento pleno por medio de los diferentes enfoques y modelos teóricos que ayudena determinar y medir el nivel de calidad de servicio hotelero ha implementado en los procesos de servicios que se brindan en la industria hotelera bajo en enfoque de la calidad total.



1.2. Enunciado del problema

1.2.1. Problema general

¿Cuál es el nivel de calidad de servicio de los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay 2018?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cuáles es el nivel de calidad sobre el cumplimiento de los factores de éxito de los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay 2018?
- ¿Cuáles son los estándares de calidad que vienen cumpliendo los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay 2018?
- ¿Cuál es el nivel de calidad percibido por los usuarios de los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay 2018?

1.3. Justificación de la investigación

La justificación del presente trabajo de investigación está sustentada en el aporte que se hizo al término de todo el desarrollo del trabajo, es por ello que según Ñaupas Paitán et al. (2014) sostienen que “justificar implica fundamentar las razones por las cuales se realiza la investigación, es decir por qué se hace la investigación. La explicación de estas razones pueden agruparse en teóricas, metodológicas y sociales” (p. 164) por lo tanto en el presente trabajo de investigación se ha pretendido tener un sustento y fundamento teórico, metodológico y social con la finalidad de generar conocimientos teniendo como base los conocimientos existentes para su realización. La justificación ha comprendido los siguientes aspectos:

1.3.1. Justificación teórica

La justificación teórica es muy importante en todo trabajo de investigación porque permite conocer a profundidad aspectos que han sido estudiados y abordados por diferentes autores, en este mismo sentido de acuerdo a Carrasco Díaz (2009) sostiene que “los resultados de la investigación se podrán generalizar e incorporarse al conocimiento científico y además sirven para llenar vacíos o espacios cognoscitivos existentes” (pág. 119), por ello en el presente trabajo de investigación se ha pretendido los conocimientos encontrados generalizar las teorías existentes respecto a la calidad del servicio, lo importante



que el sustento teórico ha permitido tener un respaldo con el planteamiento de las diferentes teorías por diferentes autores y desarrollado con sus respectivas dimensiones, que son propios de los fundamentos teóricos que han permitido entender la variable de estudio, mediante el uso de teorías, principios, doctrinas, paradigmas, entre otros.

1.3.2. Justificación metodológica

La justificación metodológica es muy importante cuando se desarrolla una investigación con enfoque cuantitativo, por ello en el presente trabajo de investigación ha permitido hacer el uso de un proceso metodológico realizado en otros contextos de estudio, en este mismo sentido como sostiene Carrasco Diaz (2009) al respecto de la justificación metodológica que “si los métodos, procedimientos y técnicas e instrumentos diseñados y empleados en el desarrollo de la investigación, tiene la validez y confiabilidad, y al ser empleados en otros trabajos de investigación resultan eficaces, y de ello se deduce que pueden estandarizarse, entonces podemos decir que tiene justificación metodológica” (pág. 119). Por lo tanto en el presente trabajo de investigación se ha sometido a prueba ciertos métodos e instrumentos que han facilitado introducir algunos alcances respecto a la metodología para futuras investigaciones al respecto del tema de investigación.

1.3.3. Justificación social

La justificación social en todo tipo de investigación debe ser la razón por la cual se hace las investigaciones, en este mismo sentido de acuerdo a Carrasco Diaz (2009) sostiene que “radica en los beneficios y utilidades que reportan para la población los resultados de la investigación en cuanto constituye base esencial y punto de partida para realizar proyecto de mejoramiento social y económico para la población” (pág. 120). De acuerdo al tipo de investigación que es básica, se ha procurado orientarse al entorno académico e institucional, debido a que no existe la preocupación y la posibilidad aplicar los conocimientos en aspectos prácticos de la población de estudio, se ha orientado a conocer con mayor profundidad la calidad de servicio y en consecuencia generar conocimiento que ayude a incrementar los conocimientos de las ciencias empresariales generar un aporte sustancial en generar nuevas formas de gestión organizacional para el beneficio de los usuarios y clientes.



1.3.4. Justificación práctica

La justificación práctica desde el tipo de investigación básica, busca en todo momento aplicar las diferentes fases del proceso de investigación, mediante el proceso de información bibliográfica, de campo, análisis de información y las conclusiones que servirán no para solucionar problemas de manera inmediata, pero sin embargo que se generan conocimientos con la finalidad que las organizaciones, logren aplicar esos nuevos conocimientos en una realidad concreta, de acuerdo a lo sostenido por Carrasco Díaz (2009) sostiene al respecto que “se refiere a que el trabajo de investigación servirá para resolver problemas prácticos, es decir, resolver el problema que es materia de investigación” (pág. 119). En este mismo sentido con el trabajo de investigación se busca describir la gestión de calidad dentro de las empresas hoteleras en la ciudad de Abancay, de manera que permita a los administradores o tomadores de decisiones en los hoteles implementar nuevos modelos de gestión y mejorar las estrategias de calidad acorde a la realidad.



CAPÍTULO II

OBEJTIVOS E HIPOTESIS

2.1. Objetivos de la investigación

2.1.1. Objetivo general

Conocer la calidad de servicio de los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay 2018.

2.1.2. Objetivos específicos

- Conocer el nivel de calidad sobre el cumplimiento de los factores de éxito de los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay 2018
- Conocer cuáles son los estándares de calidad que vienen cumpliendo los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay 2018
- Conocer el nivel de calidad percibido por los usuarios de los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay 2018.

2.2. Hipótesis de la investigación

2.2.1. Hipótesis general

- El nivel de calidad de servicio en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay es regular.
- Hipótesis específicas
- El nivel de calidad sobre el cumplimiento de los factores de éxito de los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay es regular.
- Los estándares de calidad que vienen cumpliendo los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay es regular.
- El nivel de calidad percibido por los usuarios de los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay es regular.



2.3. Operacionalización de variables

Tabla 1
Operacionalización de variables de investigación

Variable	Dimensiones	Indicadores
		Participación en la Gestión de la calidad.
	Alta Gerencia	Participación de empleados en la Gestión de la Calidad. Discute temas sobre la Gestión de la Calidad. Proporciona recursos para elevar el nivel de la calidad.
	Planeamiento de la calidad	Busca el éxito de la empresa a largo plazo. Metas específicas en cuanto a la calidad. Políticas y planes relacionados con la calidad.
	Auditoria y evolución de la calidad	Toma de decisiones. Evaluación de políticas y planes de calidad.
	Diseño del producto	Uso de "benchmarking" Requerimientos del cliente.
	Gestión de la calidad del proveedor	Inversión en el diseño del producto. Relación a largo plazo con proveedores. Desempeño de los proveedores.
	Control y mejoramiento del proceso	Calidad de los productos que los proveedores. Plazo de entrega de los clientes. Operatividad de equipos. Mantenimiento de equipos. Uso de las siete herramientas de control de la calidad.
	Evaluación y entrenamiento	Implementación del control de calidad. Evaluación y entrenamiento de empleados. Los empleados utilizan herramientas para la gestión de calidad
		y Los empleados participan de la gestión de calidad.
		Conciencia de los trabajadores referentes a la calidad.
	Círculos de calidad	Se realiza círculos de calidad. Se realiza actividades de círculos de calidad. Se usa herramientas para los círculos de calidad.
		Círculos de calidad permite ahorrar recursos.
		Información sobre los clientes.
	Enfoque hacia la satisfacción del cliente	Encuesta de satisfacción del cliente. Información sobre las quejas de los clientes. Evaluación de los requerimientos de los clientes.



CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

3.1. Antecedentes

a) A nivel internacional

Joubert (2014) en su investigación para obtener el grado de magíster en desarrollo y gestión del turismo, aborda el tema de los sistemas de gestión de calidad en el sector hotelero, centrándose en las perspectivas y desafíos para su implementación en hoteles de la ciudad de Neuquén. El estudio se enfoca en evaluar la viabilidad de implementar y certificar sistemas de gestión de calidad, con el objetivo general de explorar la potencialidad y factibilidad de aplicar estos sistemas en los hoteles de la región. La investigación busca que las empresas realicen un diagnóstico objetivo de su nivel de calidad y competitividad, identificando sus fortalezas y debilidades.

Los objetivos específicos del estudio incluyen diagnosticar el contexto del mercado hotelero en Neuquén, identificar hoteles que no implementan sistemas de gestión de calidad y analizar las percepciones de los gerentes sobre los efectos de la implementación de estos sistemas. La metodología utilizada es cualitativa, centrándose en la recolección de datos descriptivos para interpretar conceptos, variables y objetivos en el área de estudio. Se fundamenta en un enfoque inductivo para obtener perspectivas y opiniones de los involucrados.

Las conclusiones del estudio revelan que, a pesar de la presencia de turistas en ciertos períodos del año, la mayoría de la ocupación hotelera en Neuquén proviene de clientes corporativos del sector petrolero, quienes aún no han motivado a los hoteles a adoptar medidas proactivas para implementar sistemas de gestión de calidad. Se observa una falta de inversión en la mejora de servicios más allá de aspectos materiales, así como un bajo nivel de conocimiento sobre los beneficios de los sistemas de gestión de calidad entre los actores del sector hotelero. Esta falta de información contribuye a la reticencia para implementar estos sistemas, limitando las mejoras en la calidad del servicio.

Quiróa (2014), en su estudio para obtener el grado de licenciada en administración de empresas, aborda la temática del servicio al cliente en hoteles de la ciudad de San Marcos. El trabajo resalta la importancia de la calidad en el servicio hotelero, no solo para los clientes, sino también para los gerentes y colaboradores de las



empresas. La investigación revela una falta de preocupación por parte de los hoteles de San Marcos en capacitar al personal en atención al cliente y mejorar las condiciones de los servicios ofrecidos.

El objetivo general del estudio es analizar el servicio al cliente en los hoteles de la ciudad, destacando la importancia de establecer correctamente este servicio para mejorar la imagen y el prestigio de las empresas hoteleras, así como para lograr la fidelización de los clientes. La metodología utilizada es descriptiva, con el fin de describir el funcionamiento de los hoteles y la importancia de la calidad en cada proceso, así como medir la satisfacción del cliente con los servicios.

Las conclusiones obtenidas indican que las empresas hoteleras de San Marcos carecen de técnicas de servicio al cliente, ya que el personal no recibe capacitación para mejorar el servicio. Se evidencia una falta de calidad en el servicio, con quejas de los clientes sobre la falta de comodidad en las habitaciones y la ausencia de medidas de seguridad. Se concluye que aún hay aspectos por mejorar en áreas como atención al cliente, mejora continua, sistemas de calidad y gestión de la calidad en los hoteles de la ciudad.

b) A nivel nacional

El estudio realizado por Cornejo, Hidalgo, Lazo y Yáñez (2015) para obtener el grado de Magíster en Administración Estratégica de Empresas, titulado "Calidad en las Empresas del Sector Hotelero del Perú", tuvo como objetivo principal analizar el nivel de cumplimiento de la gestión de calidad en los hoteles del Perú durante el año 2014. El trabajo se enfoca en determinar si las empresas hoteleras que cuentan con sistemas de gestión de calidad tienen un mejor rendimiento en comparación con aquellas que no los tienen.

Además, buscó identificar si el nivel de servicio ofrecido por estas empresas está respaldado por el cumplimiento de los factores clave en los sistemas de control de calidad dentro del rubro hotelero en el Perú. La investigación también pretende evaluar las ventajas derivadas de la implementación de sistemas de gestión de calidad en el sector hotelero peruano.

La metodología empleada en el estudio fue crucial para obtener resultados significativos, ya que se comparó el nivel de calidad en hoteles que implementaron sistemas de gestión de calidad con aquellos que no lo hicieron, considerando los factores de éxito en los modelos de calidad total.

Las conclusiones más relevantes del trabajo señalan que las empresas hoteleras que implementaron sistemas de gestión de calidad mostraron diferencias significativas en comparación con aquellas que no lo hicieron. Se observó que el compromiso



gerencial aumentó en empresas con más de veinte años de experiencia en comparación con aquellas de menor trayectoria. Asimismo, se encontró una diferencia notable en los niveles de calidad en empresas con más de diez años de experiencia, particularmente en términos de planeación de calidad.

En cuanto a la implementación de sistemas de calidad, se evidenció una mejora en la trayectoria y un mayor uso efectivo de estos sistemas en las empresas hoteleras estudiadas. Además, se destacó que las empresas que implementaron sistemas de calidad lograron reducir errores y costos en los procesos de atención al cliente, lo que les proporcionó una ventaja competitiva respecto a aquellas que no implementaron dichos sistemas.

c) **A nivel regional**

Según Ballón Cervantes (2016) en su estudio titulado "Evaluación de la Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en los Hoteles de Dos y Tres Estrellas de la Ciudad de Abancay", realizado como parte de su proceso de obtención del título de Licenciado en Administración y Finanzas, el objetivo principal consistió en determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en los hoteles de Abancay. Este análisis busca proporcionar a los administradores de hoteles de la ciudad información clave para mejorar la calidad de sus servicios.

El objetivo general del estudio fue analizar las variables de calidad de servicio que afectan la satisfacción del cliente en hoteles de dos y tres estrellas en Abancay, con el fin de comprender la percepción de los huéspedes, tanto nacionales como extranjeros, respecto a los servicios ofrecidos en estos establecimientos.

La metodología empleada fue de tipo explicativa, orientada a identificar las causas subyacentes de los fenómenos estudiados. En cuanto a las conclusiones, se encontró que la variable de "empatía" tuvo la mayor influencia en la satisfacción del cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de Abancay, seguida por la "capacidad de respuesta" y los "elementos tangibles". Estos hallazgos destacan la importancia de considerar la empatía como un factor fundamental para mejorar la satisfacción del cliente en los hoteles de la ciudad.

3.2. **Marco teórico**

3.2.1. **Principales definiciones de la calidad**

Según Armand Feirgenbaum (citado por Summer, 2006) define la calidad de la siguiente manera: Una determinación del cliente, basada en la comparación entre su experiencia real con el producto o servicio y sus requerimientos sean éstos explícitos o implícitos, conscientes o apenas detectados, técnicamente operativos



o completamente subjetivos, que representa siempre un blanco móvil en los mercados competitivos (p. 14).

Los clientes buscan satisfacer sus necesidades y estas son satisfechas en la medida en la que el producto o servicio tenga las características que ellos reconocen como bueno, óptimo o de calidad. Desde el punto de vista del autor la calidad tiene que ver con la percepción del cliente lo que permite que la organización sea más eficiente.

El autor W. Edwards Deming, citado por (Summer, 2006, pág. 18) define la calidad de la siguiente manera:

La calidad debe definirse en términos de la satisfacción del cliente. Este enfoque en el cliente implica que la calidad de un producto o servicio es multidimensional, y también que hay diferentes grados de calidad, un producto que satisface por completo al cliente A tal vez no satisfaga al cliente B.

Según esta definición la mejora de la calidad tiene que ver con la calidad en los sistemas de servicios y productos, y la mejora de la calidad en las actividades que permita a la empresa asegurara su permanencia en el negocio.

Según el autor Joseph M. Juran, citado por Summer (2006) la calidad se define como:

Su definición de calidad va más allá del producto o del momento en que se brinda un servicio. Para el doctor Juran, la calidad es un concepto que es preciso encontrar en todos los aspectos del negocio, y los líderes deben guiar la administración de la empresa en función de la calidad (p. 27)

El doctor Juran postuló tres principios fundamentales: el liderazgo de primer nivel, la educación continua y la planificación anual para mejorar la calidad y reducción de costos.

Con respecto a esta definición la calidad está en mejorar la totalidad de los sistemas y las actividades para lo cual los directivos de primer nivel deben implementar técnicas y habilidades y aplicarlas en la organización.

Según planteado por Philip Crosby (citado por Summer, 2006) define la calidad de la siguiente manera:

La filosofía de administración de la calidad de Crosby concuerda con la necesidad de comprender mejor las complejidades implícitas en la administración de una organización. Gran parte de su enfoque tiene que ver con



simplificar los conceptos relacionados con la definición de calidad, y la urgencia de diseñar sistemas que respalden la idea de manufacturar productos u ofrecer servicios libres de defectos (p. 30)

Según la definición de Philip Crosby definir la calidad es importante para poder administrarla y de esta manera poder ofrecer productos o servicio que cumplan con los requerimientos del cliente, la prevención de defectos también es importante para asegurar la calidad la misma que en el largo plazo resulta rentable para la organización.

3.2.2. Cultura de la calidad

De acuerdo a Humberto Cantú (citado en Aldana de vega et al. 2011) la cultura de la calidad se entiende como: El conjunto de valores y hábitos que posee una persona, que complementados con el uso de prácticas y herramientas de calidad en el actuar diario le permiten colaborar con su organización para afrontar los retos que se le presentan para el cumplimiento de su misión (p. 52). Este es un reto estratégico no solo para la alta dirección, sino también para cada una de las personas que laboran en ella.

Es importante el compromiso de los trabajadores dentro de una organización, esto se logra cuando en la empresa existe una cultura de calidad que permite a los empleados desarrollarse y capacitarse, esto es un factor importante hoy en día en un mundo tan competitivo donde las ventajas cualitativas en los sectores hoteleros son muy importantes para lograr el crecimiento y posicionamiento de la empresa.

Para José Luis Trulock, (citado por Aldana de vega et al. 2011) sostiene que “el conjunto de ideas, actitudes y sentimientos que se traducen en la búsqueda de la calidad como algo deseable” (p.53) en este sentido buscar la calidad no es solo asunto de los clientes, también es importante para los trabajadores, ya que en la medida en que se realicen bien las cosas habrá reconocimiento y superación. Por lo tanto, las empresas tienen que estar orientadas a la satisfacción integral de los clientes, para ello tienen que diseñar productos y servicios que superen sus expectativas.

3.2.3. Calidad en los servicios

Según Cuatrecasas (2010), la calidad en los servicios se define como la atención directa al cliente, su percepción de calidad y sus reclamaciones, lo cual resulta crucial para la competitividad de las empresas fabricantes de bienes de consumo, ya que estas también ofrecen servicios complementarios como entrega,



asistencia técnica y manejo de reclamaciones.

En el contexto peruano, existen hoteles de lujo que cumplen con estándares internacionales de calidad, como el hotel Marriott y la cadena Ibis. Según información del Diario Gestión (2013), citada por Cenatur, el promedio de ocupación de estos hoteles de lujo en Perú, especialmente en el segmento corporativo, alcanza el 90% anual, lo cual se atribuye a la reputación de las cadenas hoteleras y a la calidad del servicio que brindan.

3.2.4. Diferencias entre la producción de servicios y productos

Existen muchas diferencias entre la producción de servicios y productos, en el sector hotelero esta diferencia es importante ya que mientras se producen los servicios se consumen a la vez, en cambio la fabricación de productos es independiente del consumo. Según (Cuatrecasas, 2010, p. 45) encontramos las siguientes diferencias:

3.2.4.1. Intangibilidad de los servicios

Se puede sostener que los servicios se caracterizan por ser prestaciones y experiencias, a diferencia de los objetos materiales. Esta distinción implica que resulta más difícil establecer especificaciones precisas para su elaboración. En otras palabras, definir los requisitos para los servicios demanda un proceso más complejo y detallado.

3.2.4.2. Heterogeneidad de los servicios

Aquellos servicios que requieren mucha colaboración humana hacen que su prestación cambie de un día a otro debido a la variabilidad de los factores intrínsecos humanos de los usuarios o clientes del servicio, y de los proveedores.

3.2.4.3. Inseparabilidad de la elaboración y el consumo

En los productos tangibles, primero se pasa por una fase de producción y posteriormente el cliente consume el producto. En el mundo de los



servicios el producto se produce al mismo tiempo que el cliente lo consume. La calidad de los servicios se califica durante su prestación. Los usuarios no sólo evalúan el servicio por el resultado final, sino también por el proceso de recepción del mismo.

3.2.5. Factores que influyen en las expectativas de los clientes

La expectativa que generemos en el cliente es importante y debe estar acorde con el nivel de servicio que ofrecemos, en Apurímac según (Compendio Estadístico Perú 2015, 2015) entre los años 2010 y 2012 arribaron 275 735 turistas nacionales y 5 974 turistas extranjeros quienes se hospedaron en establecimientos de hospedaje colectivos. En la ciudad de Abancay contamos con tres hoteles de 3estrellas siendo la máxima calificación obtenida por los hoteles del distrito. Cuanto más se identifique los factores que influyen en las expectativas del cliente se podrá ofrecer un mejor servicio. Según (Cuatrecasas, 2010, p. 46) existen algunos factores importantes tales como:

3.2.5.1. Comunicación cliente-cliente

Constituye uno de los factores potenciales en la determinación de las expectativas. Es la información que transmite un cliente antiguo a un cliente potencial al comunicarle sus experiencias sobre un determinado servicio. En función del grado de satisfacción del cliente se pueden generar nuevos clientes o perder muchos otros.

3.2.5.2. Necesidades personales

Lo que desea el cliente para satisfacer sus necesidades también condiciona las expectativas. Los deseos varían de un cliente a otro, ya que uno puede valorar más que el servicio sea comprensible y otro que le ofrezca gran cantidad de posibilidades.

3.2.5.3. Experiencias anteriores

Las experiencias anteriores en un mismo servicio provocan que se modifiquen las expectativas. Si se contrata de nuevo un servicio las expectativas serán más altas, por ejemplo, en el trato, amabilidad y cortesía, que si no se conoce el servicio y lo que interesa son los buenos resultados.



3.2.5.4. **Comunicación externa**

La comunicación que las empresas transmiten a los clientes puede ser tanto directa como indirecta. Un ejemplo de mensaje directo sería la publicidad sobre el servicio en un medio de comunicación. Por otro lado, aspectos como la apariencia de las oficinas o el formalismo en el proceso de contratación del servicio constituyen mensajes indirectos. El precio del servicio es una característica adicional que se suma a estos factores. Los clientes evaluarán este precio en relación con la tarifa ofrecida y las expectativas que les genera.

3.2.6. **Criterios generales de evaluación de los servicios**

Los servicios tienen sus propios criterios de evaluación y en ello, como en ningún otro caso, cuentan los requisitos o expectativas que utiliza el cliente para juzgar el servicio. Para el autor (Cuatrecasas, 2010) se resumen en los diez que siguen:

3.2.6.1. **Elementos tangibles**

Apariencia de las instalaciones físicas, oficinas, equipos, personal y materiales de comunicación.

- **Fiabilidad:** Habilidad del proveedor para realizar el servicio prometido de forma fiable y adecuada.
- **Capacidad de respuesta:** Disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido.
- **Profesionalidad:** Posesión de las capacidades requeridas y conocimiento de la realización del servicio.
- **Cortesía:** Atención, consideración, respeto y amabilidad del personal que trata al cliente.
- **Credibilidad:** Veracidad, creencia y honestidad en el servicio que se provee.
- **Seguridad:** Inexistencia de peligros, riesgos o dudas.
- **Accesibilidad:** Capacidad de un servicio de ser accesible y



facilidad para establecer contacto.

- **Comunicación:** Mantener a los clientes informados utilizando un lenguaje que puedan entender, así como saber escucharlos.
- **Comprensión del cliente:** Esfuerzos realizados para conocer al cliente y sus necesidades.

En el Perú contamos con leyes y normas que regulan el funcionamiento de los hospedajes brindándoles los requisitos indispensables que deben tener los hoteles y hostales a nivel nacional, ya sea que cuenten con alguna clasificación o no. Esto contribuye a la evaluación de los servicios buscando la mejora de la calidad.

La resolución viceministerial (DE REPARAZ ZAMORA, 2016) estipula que el titular del establecimiento de hospedaje debe presentar anualmente, ante la autoridad competente, una Declaración Jurada que confirme el cumplimiento de los requisitos mínimos establecidos en el anexo correspondiente a su clase y categoría. Esta declaración debe ser realizada utilizando el formato aprobado por el Viceministerio de Turismo, y sirve para verificar que el establecimiento sigue cumpliendo con los requisitos que respaldaron su clasificación y/o categorización otorgada por la autoridad competente.

3.2.7. Modelos de Calidad

3.2.7.1. Modelo de mejora PDCA

Conocido como el Ciclo de mejora continua o círculo de Deming, por ser Edwards Deming su autor. Describe 4 puntos esenciales que deben ser llevados de manera sistémica para lograr la mejora continua.

Según (SBQ CONSULTORES, 2015) las 4 acciones son las siguientes:

3.2.7.1.1. Planificar (Plan)

En la etapa de planificar los cambios y lo que se pretende alcanzar. Es el momento de establecer una estrategia en el papel, de valorar los pasos a seguir y de planificar lo que se debe utilizar para conseguir los fines que se estipulan en



este punto.

3.2.7.1.2. Hacer (Do)

En la etapa de hacer se lleva a cabo lo planeado. Siguiendo lo estipulado en el punto anterior, se procede a seguir los pasos indicados en el mismo orden y proporción en el que se encuentran indicados en la fase de planificación.

3.2.7.1.3. Verificar (Check)

En la etapa de verificar se debe verificar que se ha actuado de acuerdo a lo planeado así como que los efectos del plan son los correctos y se corresponden a lo que inicialmente se diseñó.

3.2.7.1.4. Actuar (Act)

En la etapa de actuar a partir de los resultados conseguidos en la fase anterior se procede a recopilar lo aprendido y a ponerlo en marcha. También suelen aparecer recomendaciones y observaciones que suelen servir para volver al paso inicial de Planificar y así el círculo nunca dejará de fluir.

Como referencia en el país de Japón los ciclos que comprenden el modelo de la calidad total han sido considerados como metodología de mejora continua, la implementación de la metodología está orientado para ser implementada en las organizaciones y empresas.

3.2.7.2. El modelo TQM como la administración de la calidad total

Según (Cuatrecasas, 2010, págs. 57,58) la gestión de la calidad total está referida a lo siguiente:

La evolución más avanzada de los conceptos relacionados con la calidad nos conduce inexorablemente a la denominada Gestión de la Calidad Total tal y como se entiende en la actualidad, que se corresponde con el concepto ampliamente implantado del TQM o Total



Quality Management.

[...] La idea que aglutina la filosofía básica de la calidad total es «hacer las cosas bien a la primera», es decir, hacer lo que se debería, de forma que el resultado sea satisfactorio sin necesidad de repetirlo. Esta filosofía proporciona una serie de beneficios importantes, como el ahorro de tiempo y dinero. Es preferible invertir más en hacer las cosas bien que tener que repetirlas, con el coste añadido que ello conlleva.

[...]La calidad total es una estrategia de carácter global que implica a todos los departamentos, procesos y personas que forman la organización, y cuya aplicación es tarea de la dirección.

[...]Los productos y servicios que persiguen la calidad total no sólo basan ésta en la ausencia de fallos y defectos y el cumplimiento de las especificaciones, sino que buscan satisfacer las necesidades tanto explícitas como implícitas. La calidad total no sólo considera la calidad de productos y servicios, sino que se trata de un concepto más amplio y global que implica a las personas, la organización, los procesos, los proveedores, etc.

Este concepto aplicado en la hotelería nos lleva a sumar esfuerzos tanto de gerentes como de trabajadores para alcanzar estándares altos de calidad, los hábitos de consumo de los clientes está cambiando y esto los hace más exigentes a la hora de tomar un servicio. El turismo mundial es un fenómeno que ha adquirido una creciente dinámica en la economía internacional, este hecho ha significado que las empresas turísticas y hoteleras avancen hacia un camino más profesional y de mejora continua.

3.2.7.2.1. Herramienta para medir TQM

Según (Benzaquen de las Casas, 2013) en el 2003 se publicó una investigación sobre Los Principios y Prácticas de la Administración de la Calidad en China en el cual se utilizaron instrumentos de TQM tomadas en cuenta por distintos autores, se utilizan indicadores basado en cuarenta



indicadores divididos y considerando ocho factores, que han sido parte de la formación en la estructura del instrumento de la encuesta que ha sido aplicada a las empresas que tenían como característica principal eran de la China. La herramienta que sirve para medir elaborado a manera de cuestionario permite precisar y evaluar el nivel de calidad total que se identifican en las organizaciones de acuerdo a las interrogantes que están relacionadas con los indicadores que son parte del instrumento.

Para el presente trabajo se ha desarrollado la herramienta con el propósito de medir la calidad que identifica los elementos claves que son planteados por los diferentes autores, con algunas modificaciones para ser aplicado en la población de estudio. Para el propósito fijado se ha realizado encuestas identificando a los grupos focalizados en el año 2005, para ello se ha contado la participación de expertos en gestión de calidad, se ha abordado y discutieron los elementos que son clave en el modelo de la calidad, con el propósito de adecuarlos a las realidad empresarial. De acuerdo al resultado obtenido del estudio se ha determinado las condiciones para medir la implementación de los modelos de la gestión en la calidad con sus respectivos factores que a continuación se desarrollan:

a) La alta gerencia

Por su naturaleza la gerencia tiene una participación más activa en los proceso de la gestión de la calidad, la gerencia en las organizaciones promueve de manera eficiente la participación de todos los integrantes en los procesos de la gestión de la calidad, asimismo

se genera las reuniones regularmente con la finalidad de discutir problemas generados en los proceso de la implementación de la gestión de la calidad, también proporciona los suficientes recursos y materiales y



recursos con la finalidad de facilitar la implementación de las mejoras buscando el éxito de la organización a largo plazo.

b) El planeamiento de la calidad

Las organizaciones cuentan con metas y objetivos los más detallados y precisos con la finalidad de alcanzar los estándares de calidad, las organizaciones deben priorizar el cumplimiento de los resultados por medio de las políticas internas que desarrollan para el cumplimiento de las actividades por todos los integrantes con el propósito de cumplir los objetivos organizacionales.

c) La auditoria y evaluación de la calidad:

La empresa obtiene datos objetivos para la toma de decisiones, la empresa evalúa regularmente sus políticas y planes de la calidad, el "benchmarking" se utiliza ampliamente en la empresa.

d) El diseño del producto

Los requerimientos de los clientes son plenamente considerados en el diseño del producto, la empresa invierte en el diseño del producto.

e) La gestión de la calidad del proveedor

La empresa ha establecido relaciones de cooperación a largo plazo con sus proveedores, la empresa posee información detallada acerca del desempeño de los proveedores en cuanto a la calidad. la calidad de los productos que los proveedores suministran a la empresa es adecuada.

f) Control y mejoramiento del proceso

El proceso operativo en la empresa satisface los



requerimientos de plazo de entrega de los clientes, las instalaciones y la disposición física del equipo operativo en la empresa funcionan apropiadamente, los equipos operativos de la empresa reciben buen mantenimiento, la empresa utiliza las siete herramientas de control de la calidad para el control y mejoramiento del proceso (diagrama de flujo, diagrama de Ishikawa o causa- efecto, lista de verificación, diagrama de Pareto, histograma, gráficos de control, diagramas de relaciones), la empresa implementa el control de la calidad con eficacia.

g) La educación y entrenamiento

En las organizaciones los empleados en su mayoría reciben educación y entrenamiento en cuanto a calidad, la mayoría de los empleados de la empresa son capaces de utilizar las herramientas para la gestión de la calidad, los empleados de la empresa se encuentran activamente involucrados en las actividades relacionadas con la calidad, la conciencia de los trabajadores de la empresa hacia la calidad es fuerte.

h) Los círculos de la calidad

En las organizaciones a los trabajadores se debe capacitar para fomentar la conformación de los círculos de calidad, la mayoría de los empleados de la empresa realiza actividades de círculos de calidad, se utilizan las herramientas adecuadas para realizar los círculos de calidad en la empresa, la empresa ha obtenido ahorros por los círculos de calidad.

i) El enfoque hacia la satisfacción del cliente

Las organizaciones disponen de medios y recursos para generar información al respecto de los clientes, se encargan de aplicar instrumentos para conocer sobre la



satisfacción de los usuarios y clientes regularmente cada periodo de tiempo, todos los integrantes de la organización de todos los niveles jerárquicos de la organización, deben considerar prestar

La atención debida para recabar la información sobre las quejas y sugerencias de los usuarios, además debe generar un proceso de evaluación en general de todos los requerimientos y solicitudes generados por los usuarios.

Los nueve principios son considerados como factores de éxito para lograr la calidad total en una empresa u organización. La gestión de la calidad total debe ser un compromiso de trabajo continuo desde la alta gerencia para garantizar la calidad en los procesos dentro de una empresa.

3.2.7.3. Modelo de Cronin y Taylor (SERVPERF)

En 1992 Croin y Taylor presentan el modelo SERVPERF el cual presta exclusiva valoración al desempeño es por ello que el nombre deriva de (SERVice PERFormance).

El modelo SERVPERF se utiliza para medir la calidad de servicio basado en la percepción del usuario. Para (Esteban Alberdi & Rubio Andrada, 2014) “desde el punto de vista técnico, el modeloSERVPERF se integra de los mismos ítems y dimensiones que el SERVQUAL, la única diferencia es que elimina la parte que hace referencia a las expectativas”.

3.2.7.3.1. Escala SERVPERF

a) Elementos tangibles

Equipamiento de aspecto moderno, instalaciones físicas visualmente atractivas, apariencia pulcra de los colaboradores, elementos tangibles atractivos.



b) Fiabilidad

Cumplimiento de promesas, interés en la resolución de problemas, realizar el servicio a la primera, concluir en el plazo prometido, no cometer errores.

c) Capacidad de respuesta

Colaboradores comunicativos, colaboradores rápidos, colaboradores dispuestos a ayudar, colaboradores que responden.

d) Seguridad

Colaboradores que transmiten confianza, clientes seguros con su proveedor, colaboradores amables, colaboradores bien uniformados.

e) Empatía

Atención individualizada al cliente, horario conveniente, Atención personalizada, preocupación por los intereses de los clientes, comprensión de las necesidades de los clientes.

3.2.7.4. Modelo Malcolm Baldrige

Según (Summer, 2006, pág. 52) este premio se otorga a la excelencia en la calidad.

El premio nacional de Calidad Malcolm Baldrige (MBNQA) fue establecido en 1987 por el congreso de los Estados Unidos. [...] El premio esta abierto a compañías de tres áreas: negocios, educación y cuidado de la salud, y es controlado por la American Society for Quality. [...] Desde 1988, 44 organizaciones han recibido el premio más alto concedido en Estados Unidos a la eficiencia organizacional.

El premio establece las normas que deben utilizarse como *baselines* y *benchmarks* para la administración de la calidad total, clasificándolas en 7 áreas: liderazgo, planificación estratégica, enfoque en el cliente y en el mercado, medición, análisis y administración del conocimiento,



enfoque en los recursos humanos, administración de procesos y resultados del negocio.

Este premio busca mejorar la competitividad en las empresas mediante la administración de la calidad, este premio reconoce y premia a las empresas por su esfuerzo al aplicar modelos de negocio que tienen que ver con la búsqueda y mejora de la calidad en la organización.

3.2.7.5. Modelo Benchmarking

Para el autor (Cuatrecasas, 2010, pág. 88) el *benchmarking* se define de la siguiente manera:

Dentro de la estrategia empresarial centrada en la gestión de la calidad total y con el propósito de alcanzar la máxima ventaja competitiva posible, se destaca el benchmarking como una herramienta clave. El objetivo es alcanzar la excelencia como meta para la empresa, siguiendo los objetivos y prácticas de aquellas empresas que son líderes en el sector.

El concepto de benchmarking se deriva del término inglés "benchmark", que se refiere a una "marca utilizada como referencia". En este sentido, se establece un estándar con el cual comparar el desempeño. Por lo tanto, el benchmarking implica la comparación y aprendizaje de las prácticas de las empresas líderes del sector, que se consideran ejemplos a seguir, con el fin de alcanzar y superar esos estándares.

Este proceso de comparación de productos o servicios con los mejores disponibles en el mercado nos permite medirnos de manera continua frente a competidores reconocidos como líderes. A través del benchmarking, identificamos estrategias importantes para generar ventajas competitivas en nuestra empresa.

3.2.7.6. Modelo de la cinco S

Según Aldana de vega et al. (2011) hace referencia a las 5 S de la siguiente manera:

Las cinco eses es una metodología que se fundamentan en cinco procesos que están representados por palabras japonesas que empiezan por la letra ese, cada una de las palabras tienen un significado que



representan los procesos que se consideran y tienen un significado de un conjunto de acciones que se debe considerar para que el lugar de trabajo tenga condiciones que representen seguridad y disponibilidad de los ambientes eficientes.

En las empresas japonesas han aplicado en sus procesos productivos y ha generado un impacto de eficiencia y seguridad en todas las áreas de trabajo, generando en los trabajadores una incidencia positiva en el desarrollo de sus labores ordenados y limpios, las instalaciones de los centros de producción se ha convertido en lugares de trabajo donde predomina, la limpieza, el orden, pasadizos iluminados, áreas con ventilación, como consecuencia de la implementación de la metodología de las cinco eses, que tiene por finalidad impulsar ambientes de trabajo, donde se puede implementar todos tipo de sistemas de calidad en los procesos productivos de bienes y servicios, generando ambientes con estándares altos de seguridad, que genera condiciones adecuados para la implementación de una cultura de la calidad.

La implementación de la cinco eses facilita la implementación de instalaciones que ofrecen limpieza, orden, acogedores, brindando ahorro de tiempo y costos en los proceso de producción, también ayuda a evitar generar los desperdicios, permite brindar una imagen de prestigio hacia los clientes y usuarios, ayuda a prevenir la contaminación en los ambientes de trabajo así como en prevenir en las enfermedades laborales, ayuda a mejorar el clima organizacional y a reducir el nivel de los accidentes de trabajo.

Las cinco eses es una metodología que hoy en día las empresas están aplicando con mayor fuerza porque es un método que permite alcanzar los estándares de calidad, al mismo tiempo que reduce costos y brinda un ambiente de trabajo optimo que permite a los trabajadores realizar sus tareas de manera eficiente. Esto forma parte de la cultura organizacional de muchas empresas a nivel mundial.



3.2.8. Sistemas de calidad

En la actualidad la calidad se ve como sistema de gestión que integra la calidad en todos los niveles de la organización y principalmente a todo el personal. A fin de satisfacer las expectativas, necesidades y requerimientos del cliente las organizaciones emplean programas y normas internacionales que estandarizan la calidad y al mismo tiempo es aplicable en todo tipo de organización.

3.2.8.1. Implantación de un sistema de calidad

Según (Cuatrecasas, 2010, págs. 337,339) El primer paso que debe plantearse una empresa que pretende incorporar la calidad a la estrategia empresarial es la confección de un plan para el desarrollo e implantación de un sistema de calidad. Un sistema de calidad consta fundamentalmente de tres elementos básicos: Documentación en forma de manuales de calidad, medios materiales y técnicos, medios humanos.

[...] La implantación de un sistema de calidad en una empresa, uno de los objetivos estratégicamente más importantes para alcanzar y refrendar la competitividad, es a la vez uno de los proyectos más complicados, completos y largos que se pueden emprender.

[...] Este sistema no sólo se implantará, sino que se mantendrá y revisará periódicamente en un continuo esfuerzo por mejorar.

Para implantar el sistema será necesario que la dirección de la empresa tome la correspondiente decisión, de forma unánime y firme, decisión que deberá incluir la motivación y entrenamiento de todo el personal para asegurar el éxito del proyecto.

La implantación es independiente del tamaño de la empresa; lo que importa es llevarlo a la práctica con eficacia, diseñándolo de forma ajustada a las necesidades concretas; es decir, de acuerdo a sus objetivos, su producción o servicios, a su economía y especialmente debe ajustarse a las exigencias de los objetivos de calidad y a los requerimientos contractuales o, lo que es lo mismo, a la relación proveedor–cliente.



La implementación de un sistema de calidad es importante porque permite a la organización sobre salir en el mercado, otro aspecto importante es el capital humano que se ve más comprometido con el logro de los objetivos, ayuda a la reducción de costos y errores, permite cumplir con las exigencias del mercado y ser más competitivos.

3.2.8.2. Certificación de sistemas de calidad

Según (Summer, 2006, pág. 35) A fin de encontrar directrices para establecer la estructura de sus sistema de administración de la calidad, mantener registros y utilizar técnicas de calidad para mejorar los procesos y sistemas, las organizaciones eficientes emplean normas como ISO 9000 y QS9000, programas como Seis Sigma, y parámetros basados en premios reconocidos internacionalmente, como el Premio Nacional de Calidad Malcolm Baldrige. ISO 9000.

Según (Summer, 2006, pág. 35) El propósito de las normas ISO consiste en facilitar el intercambio internacional de productos y servicios, proporcionando un conjunto claro de requerimientos para lossistemas de calidad. Las empresas que compiten globalmente saben que es necesario adoptar estas normas y adherirse a su aplicación. Las normas ofrecen un parámetro para juzgar los sistemas de calidad implementados por las organizaciones.

Para (Cuatrecasas, 2010, pág. 354) Las normas ISO 9000 son un conjunto de normas y directrices internacionales para la gestión de la calidad que, desde su publicación inicial en 1987, han obtenido una reputación global como base para el establecimiento de sistemas de gestión de la calidad.

[...] Las normas ISO 9000 adoptadas por más de 150 países y empleadas por más de 350.000 empresas, organizaciones públicas y privadas de todo el planeta, para la creación y posterior certificación del sistema de calidad aplicado a sus procesos productivos.

Según (Summer, 2006, págs. 35,36) En 2000, las normas ISO 9000 sufrieron una profunda revisión en un intento por lograr que su estructura



reflejara de manera más precisa los métodos administrativos de las organizaciones.

Su redacción se hizo más genérica para facilitar su aplicación en una mayor variedad de sectores de negocios, incluyendo servicios gubernamentales, empresas comerciales, compañías de comercio electrónico, y las industrias de manufactura o servicios.

ISO 9001:2000 introdujo un enfoque orientado a los procesos. La norma se concentra en los sistemas de administración de la calidad, y exige la identificación de los procesos de administración de la calidad, así como su secuencia y sus interacciones con procesos de negocio clave.

3.3. Marco conceptual

Para el presente trabajo de investigación se ha considerado desarrollar los términos que son claves para el buen entendimiento del marco teórico.

- a) **Mejora continua:** Según (Guía de la Calidad, 2016) La mejora continua de la capacidad y resultados, debe ser el objetivo permanente de la organización. Para ello se utiliza un ciclo PDCA, el cual se basa en el principio de mejora continua de la gestión de la calidad. Ésta es una de las bases que inspiran la filosofía de la gestión excelente.
- b) **ISO 9000:** Según (López Lemos , 2015) la nueva revisión de la norma ISO 9000 no solo sigue incluyendo la definición de manual de calidad sino que aclara que los manuales de calidad pueden variar en detalle y formato para adecuarse al tamaño y complejidad de la organización.
- c) **Cliente:** Para los autores (Rivera Camino & De Garcillán López- -Rua, 2007) el cliente es quien periódicamente compra. Puede ser o no el usuario final.

Se reconoce al cliente porque es quien tiene el poder de comprar o no comprar. En todo caso, decide las condiciones de la compra.

- d) **Turismo:** Para (Mantecón, 2008) según la Organización Mundial de Turismo define el turismo como el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo consecutivo inferior a un año, con fines ocio, por negocios y otros motivos.



- e) **Hotel:** Según (PUBLICACIONES VÉRTICE S.L., 2008) se define como establecimiento dirigido por profesionales en el que se ofrece al cliente alojamiento con o sin servicio integrados, a cambio de una contraprestación económica. Este establecimiento puede ofrecer e incorporar distintos servicios y productos, diferenciándose así un hotel de otro.

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1. Tipo y nivel de investigación

4.1.1. Tipo de investigación

El presente estudio se clasifica como investigación básica, ya que su objetivo principal es fortalecer los conocimientos en el campo de la Administración a través del análisis y la aplicación de teorías existentes. Según Moreno Bayardo (2011), la investigación básica, también conocida como pura o fundamental, se centra en contribuir con elementos teóricos al conocimiento científico, sin la necesidad de validar directamente su aplicación en un contexto específico.

Además, de acuerdo con Vara Horna (2012), la investigación básica busca explorar las relaciones entre variables o constructos, diagnosticar realidades empresariales o de mercado, probar y adaptar teorías, así como generar nuevas perspectivas sobre los fenómenos empresariales mediante la construcción o adaptación de instrumentos de medición. En consonancia, Sánchez Carlessi y Reyes Meza (1998) explican que la investigación básica tiene como objetivo la búsqueda de nuevos conocimientos y áreas de investigación, sin tener metas prácticas específicas. Su propósito principal es recopilar información para enriquecer el conocimiento científico, centrándose en descubrir principios y leyes subyacentes en la realidad estudiada.

4.1.2. Nivel de investigación

El presente estudio de investigación se clasifica como descriptivo, ya que su principal objetivo es medir y recopilar información de manera independiente sobre la variable relacionada con la calidad del servicio ofrecido por las empresas hoteleras en la ciudad de Abancay. En este contexto, Hernández Sampieri (citado por Valderrama Mendoza, 2002) define las investigaciones de nivel descriptivo como aquellas que se enfocan en especificar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos u objetos sujetos a análisis. Estas investigaciones buscan medir y recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o variables de interés.

Por lo tanto, en el presente trabajo de investigación tiene el propósito es



recopilar la información de la población de estudio, con el fin de conocer respecto al nivel de calidad que vienen aplicando en las empresas que brindan el servicio hotelero en la Ciudad de Abancay.

4.2. Diseño de la investigación

En este estudio, se ha adoptado un diseño de investigación no experimental, justificado por la ausencia de manipulación deliberada de variables. Según Hernández (2014), las investigaciones con este diseño se caracterizan por observar fenómenos en su entorno natural sin manipulación, recopilando datos en un solo momento, en un punto específico en el tiempo. Su objetivo principal es describir variables y analizar su incidencia en un momento determinado.

El presente trabajo ha seguido los procesos típicos del diseño no experimental, incorporando un enfoque transversal al recolectar datos en un único momento de la población de estudio. Esto se realizó con el propósito de evaluar el nivel de calidad de servicio en los hoteles de tres estrellas en la ciudad de Abancay, sin intervenir en las variables en estudio, sino observando su situación en un momento concreto

4.3. Población y muestra: Población

La población de la investigación comprende los propietarios de hoteles con calificación de tres estrellas de la ciudad de Abancay, durante el periodo 2018, según los datos obtenidos del MINCETUR actualmente existen tres hoteles con la clasificación de tres estrellas los cuales son APART-HOTEL EL PEREGRINO S.A.C., INVERSIONES AUCAPANA S.R.L. y SIBALL HOTEL S.R.L.



4.3.1. Muestra

El tamaño de la muestra probabilística se ha calculado en base a la fórmula de Cochran para poblaciones cuya fórmula es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 * pq * N}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * pq}$$

LEYENDA:

DATOS:

n: Tamaño de la muestra

n : ¿?

N: Población

N: 3,938

Z: Nivel de significación

Z: (95 %) = 1,96

p: Probabilidad de éxito

p: (70 %) = 0,70

q: Probabilidad de fracaso

q: (30 %) = 0,30

e: Error

e: (6 %) = 0,06

Desarrollando la fórmula:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.70 * 0.30 * 3938}{0.06^2 * (3938 - 1) + 1.96^2 * 0.70 * 0.30} = 212.079$$

Aplicando la Técnica de Reajuste

$$n' = \frac{n}{1 + \frac{n}{N}}$$



Reemplazando:

$$n' = \frac{212 \cdot 1}{1 + 212}$$

3938

$$n' = 201$$

Resultando una muestra de 201 clientes de los 03 hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay.

4.4. Procedimiento de la investigación

El procedimiento de la investigación se ha dado por medio del análisis de los datos, para tal propósito se ha tenido que validar el instrumento de recojo de información por medio de una encuesta piloto, producto de este resultado se ha validado el instrumento, en el nivel de confiabilidad y validez, por medio del instrumento de recolección de datos “cuestionario”, se realizará mediante el programa computarizado Statistical Package for the Social Sciences o paquete estadístico para ciencias sociales—SPSS. Este software de análisis estadístico ha permitido obtener resultados, para poder analizarlos de manera descriptiva y probar las hipótesis que se plantean.

4.5. Técnicas e instrumentos

4.5.1. Técnicas

El presente estudio se basa en la técnica de encuesta, comúnmente utilizada en investigaciones cuantitativas. Según Yuni y Urbano, la encuesta busca describir, analizar y establecer relaciones entre variables en poblaciones específicas. En este proyecto, la encuesta recopila datos primarios de la población de estudio a través de un cuestionario diseñado para explorar la variable y sus dimensiones. Esta técnica de recolección de datos es fundamental para obtener información precisa y representativa sobre el tema investigado.

4.5.2. Instrumentos

El instrumento que se ha utilizado en la investigación es el cuestionario ya que se recogió información en base a preguntas en una escala, según (Fernández Nogales, 2004) La técnica de la encuesta utiliza como instrumento a la hoja de cuestionario de acuerdo a la metodología

cuantitativa más utilizada para la obtención de información primaria. Por otro lado, también se utilizó la escala de Likert, que son un conjunto de ítems que se presentan en forma de afirmaciones para medir la reacción de la población de



estudio.

4.5.2.1. Escala de medición para la variable Calidad de Servicio

Tabla 2

Escala de medición para la variable Calidad de Servicio

CALIFICACIÓN	PUNTAJE
Totalmente de acuerdo (TA)	5
De acuerdo (DA)	4
Neutral (N)	3
En desacuerdo (ED)	2
Totalmente en desacuerdo (TD)	3

También se ha utilizado la técnica de la observación, según Charaja Cutipa (2018) la observación cualitativa no es mera contemplación; implica adentrarnos en profundidad a situaciones sociales y mantener un papel activo, así como una reflexión permanente. Estar atento a los detalles, sucesos, eventos e interacciones. Para lo cual el observador realizara una ficha de observación con determinados ítems.

4.6. Análisis estadístico

Con la finalidad de establecer veracidad del proceso metodológico se ha procedido a la recolección de datos aplicados a los integrantes de la población de estudio, se trata de un proceso de inferencia estadística desde la muestra a la población. Es decir, la inferencia estadística es un proceso que supone obtener conclusiones sobre un valor poblacional (parámetro) a partir de un valor obtenido de una muestra aleatoria (estadístico). En definitiva, la Estadística utiliza datos para poder comprender un fenómeno y normalmente trabaja con muestras para poder inferir conclusiones sobre la población.



4.7. Hipótesis de la Investigación

En la presente investigación se utilizó la hipótesis descriptiva según (Charaja Cutipa, 2018, pág. 97) estas hipótesis se utilizan a veces en estudios descriptivos, para intentar predecir un dato o valor en una o más variables que se van a medir u observar. Pero cabe comentar que no en todas las investigaciones descriptivas se formulan hipótesis de esta clase o que sean afirmaciones más generales.

Según (Benzaquen de las Casas, 2013) en las organizaciones con alto índice de competitividad, por lo general la altos mandos muestran de la Alta Gerencia tenga un compromiso con el buen funcionamiento y la adecuada implementación de la Gestión de Calidad, es por ello que los factores de calidad están dirigidos a medir este nivel de compromiso.



CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIONES

5.1. Análisis de resultados

5.1.1. Descripción de resultados de las tablas y figuras de los datos generales de los directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay.

Tabla 3

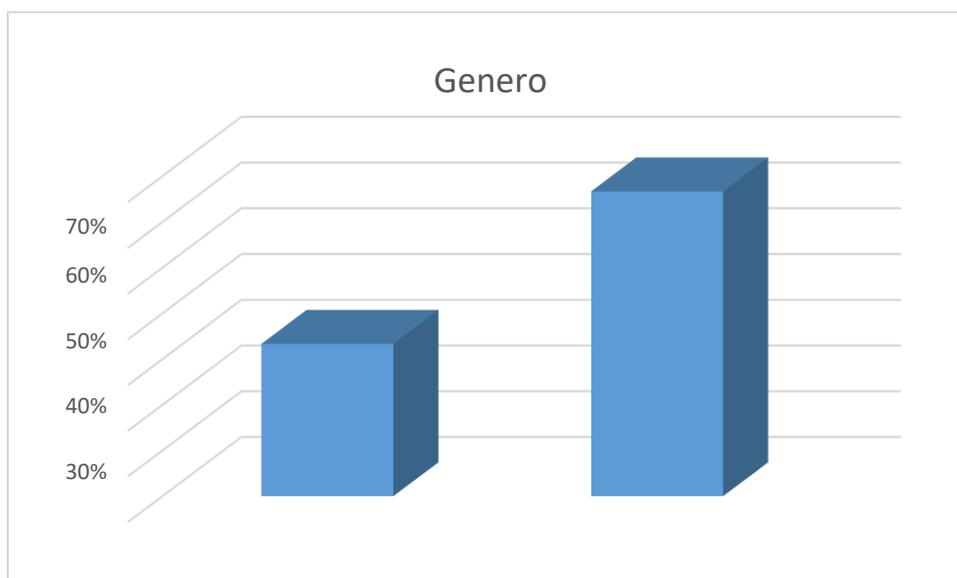
Frecuencia y porcentaje de Género de los directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018

Género	Fr.	%
Femenino	1	33%
Masculino	2	67%
Total	3	100%

Nota: Según instrumento aplicado a directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.

Figura 1

Porcentaje de Género de los directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018



Nota: Según instrumento aplicado a directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.



En la tabla 3 y figura 1 se observa según instrumentos aplicado a 3 Directivos de diferentes hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, el 33% (1) el directivo fue de género femenino y con el mayor indicador representado por el 67% (2) los directivos fueron de género masculino. Lo que se concluye, que los directivos en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, mayormente están representados por el género masculino.

Tabla 4

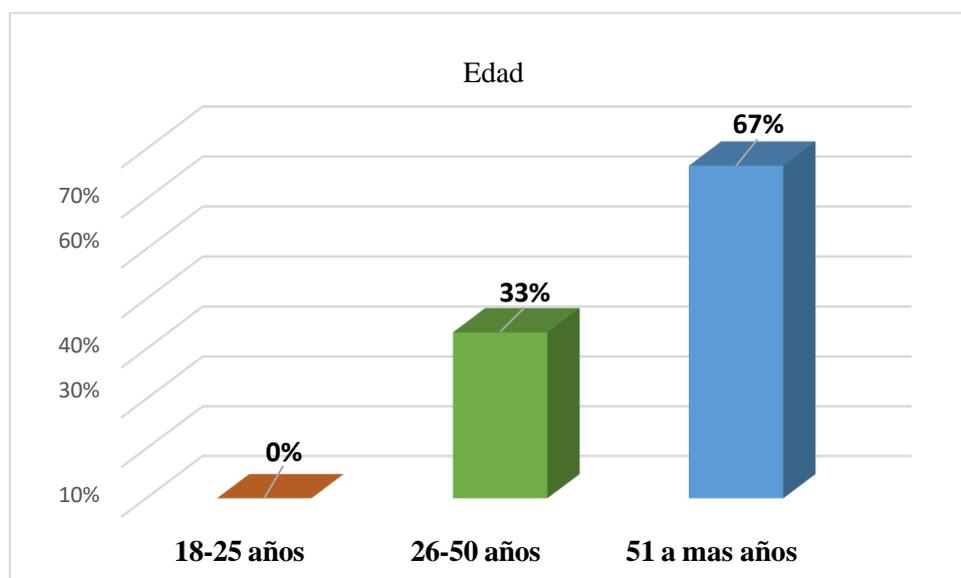
Frecuencia y porcentaje de edad de los directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018

Edad	Fr.	%
18-25 años	0	0%
26-50 años	1	33%
51 a más años	2	67%
Total	3	100%

Nota: según instrumento aplicado a directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018

Figura 2

Porcentaje de edad de los directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018



Nota: según instrumento aplicado a directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.



En la tabla 4 y figura 2 se observa según instrumentos aplicado a 3 Directivos de diferentes hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, el 33% (1) los directivos tuvieron la edad en el rango de 18-25 años y con el mayor indicador representado por el 67% (2) los directivos tuvieron la edad en el rango de 51 años a más. Lo se concluye que, los directivos en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, mayormente están representados por el rango de edad de 51 años a más.

Tabla 5

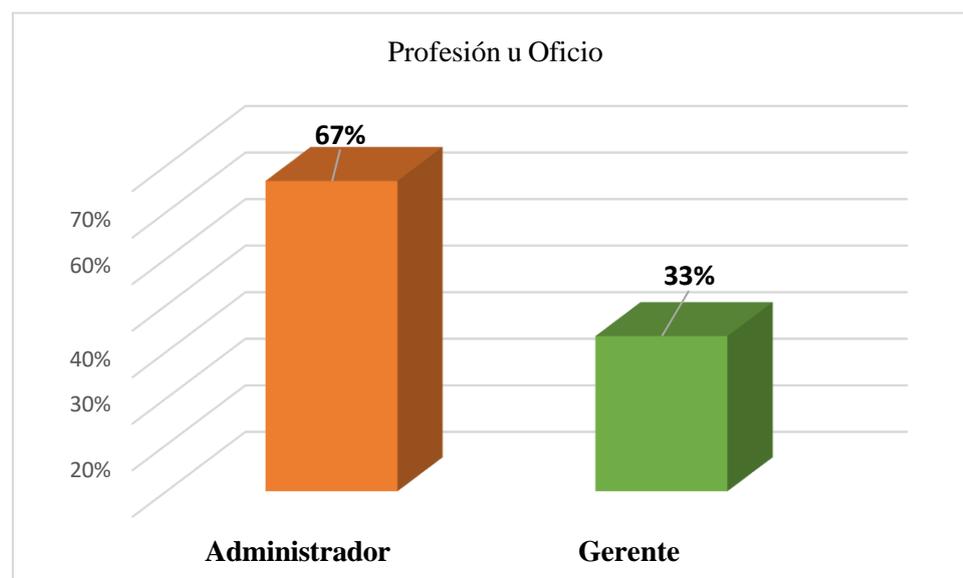
Frecuencia y porcentaje de profesión u oficio de los directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.

Descripción	Fr.	%
Administrador	2	67%
Gerente	1	33%
Total	3	100%

Nota: según instrumento aplicado a directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.

Figura 3

Porcentaje de profesión u oficio de los directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018



Nota: Según instrumento aplicado a directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.

En la tabla 5 y figura 3 se observa según instrumentos aplicado a 3 Directivos de diferentes hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, con el mayor indicador del 67% (2) los directivos tuvieron la profesión u oficio de Administrador y con el 33% (1) los directivos tuvieron la profesión u oficio de Gerente. Lo se concluye que, los directivos en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, mayormente tuvieron la profesión u oficio de Administrador.

5.1.2. Descripción de resultados de las tablas y figuras de la variable Calidad

Tabla 6

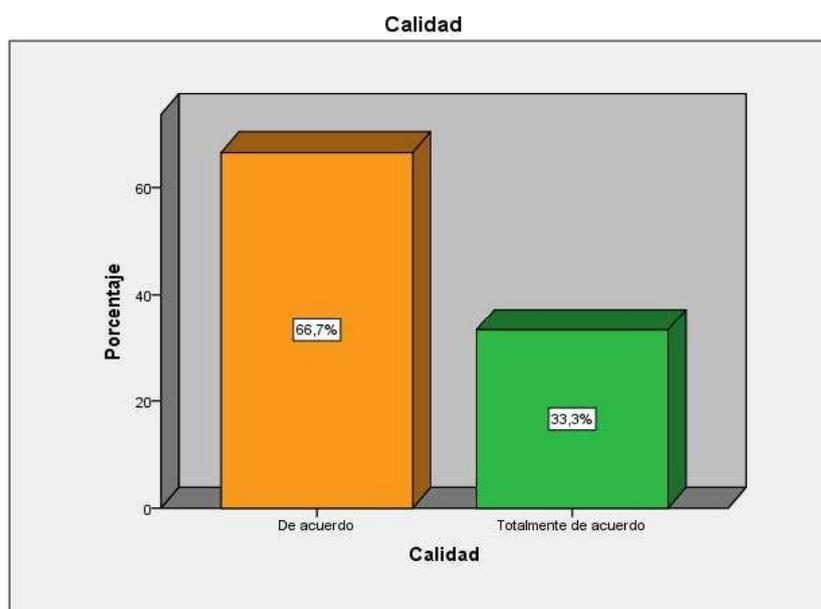
Frecuencia y porcentaje de la variable calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018

	Frecuencia	Porcentaje
Válido	De acuerdo	2 66,7
	Totalmente de acuerdo	1 33,3
	Total	3 100,0

Nota: según instrumento aplicado a directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.

Figura 4

Porcentaje de la variable calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018



Nota: según instrumento aplicado a directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.

En la tabla 6 y figura 4 se observa según instrumentos aplicado a 3 Directivos de diferentes hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, indicaron con el mayor indicador del 66.7% (2) percibieron que están de acuerdo con los factores de calidad aplicados en los hoteles y con el 33.3% (1) percibieron que están totalmente de acuerdo. Lo se concluye que, los directivos en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, mayormente percibieron que están de acuerdo con los factores de calidad aplicados en los hoteles.

5.1.3. Descripción de resultados de las tablas y figuras de las dimensiones de los factores de calidad.

Tabla 7

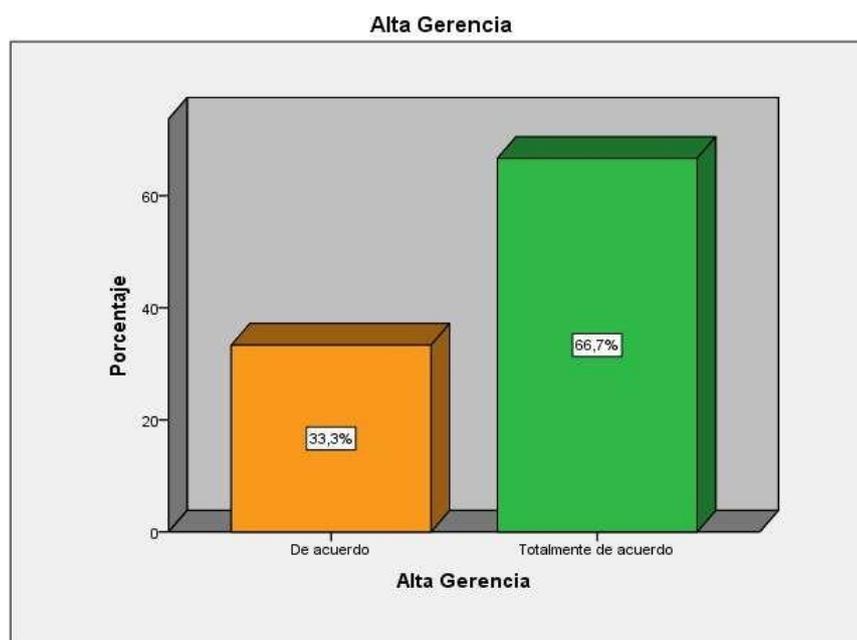
Frecuencia y porcentaje de la dimensión alta gerencia de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018

	Frecuencia	Porcentaje
Válido	De acuerdo	1 33,3
	Totalmente de acuerdo	2 66,7
	Total	3 100,0

Nota: según instrumento aplicado a directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.

Figura 5

Porcentaje de la dimensión alta gerencia de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018



Nota: según instrumento aplicado a directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.

En la tabla 7 y figura 5 se observa según instrumentos aplicado a 3 Directivos de diferentes hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, indicaron con el 33.3% (1) percibieron que están de acuerdo con la alta gerencia de los factores de calidad aplicados en los hoteles y con el mayor indicador del 66.7% (2) percibieron que están totalmente de acuerdo. Lo se concluye que, los directivos en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, mayormente percibieron que están totalmente de acuerdo con la alta gerencia de los factores de calidad aplicados en los hoteles.

Tabla 8

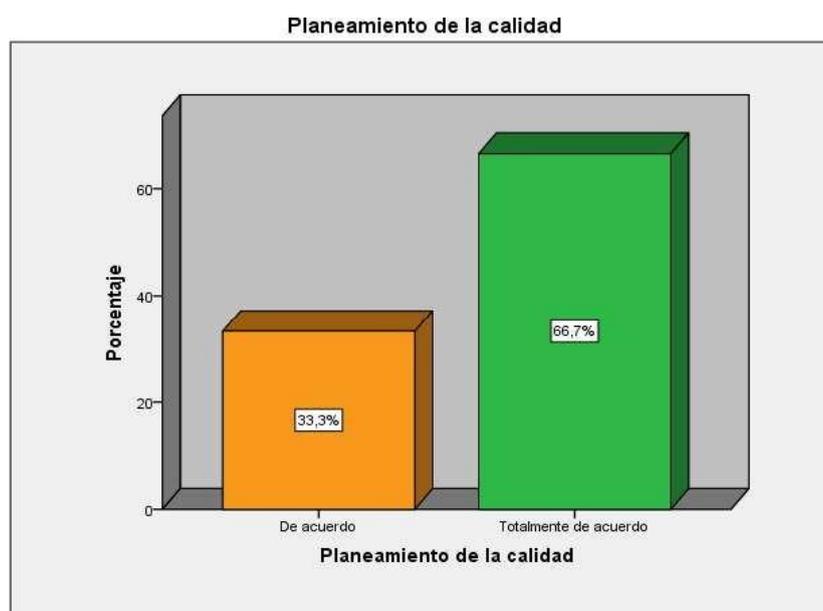
Frecuencia y porcentaje de la dimensión planeamiento de la calidad de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018

	Frecuencia	Porcentaje
Válido	De acuerdo	1 33,3
	Totalmente de acuerdo	2 66,7
	Total	3 100,0

Nota: según instrumento aplicado a directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.

Figura 6

Porcentaje de la dimensión planeamiento de la calidad de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018



Nota: Según instrumento aplicado a directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.

En la tabla 8 y figura 6 se observa según instrumentos aplicado a 3 Directivos de diferentes hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, indicaron con el 33.3% (1) percibieron que están de acuerdo con el planeamiento de la calidad de los factores de calidad aplicados en los hoteles y con el mayor indicador del 66.7% (2) percibieron que están totalmente de acuerdo. Lo se concluye que, los directivos en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, mayormente percibieron que están totalmente de acuerdo con el planeamiento de la calidad de los factores de calidad aplicados en los hoteles.

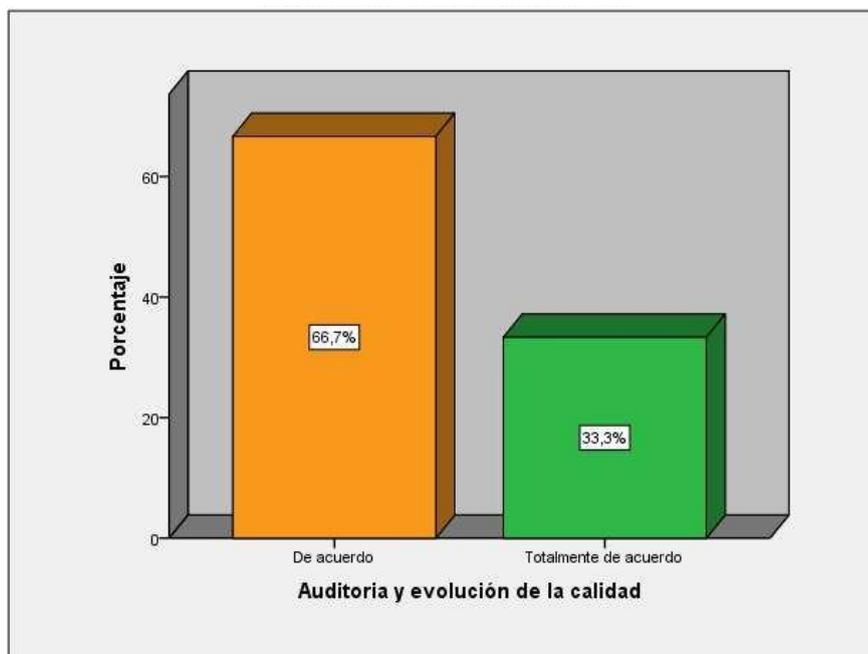
Tabla 9

Frecuencia y porcentaje de la dimensión auditoria y evolución de la calidad de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018

	Frecuencia	Porcentaje
Válido	De acuerdo	2 66,7
	Totalmente de acuerdo	1 33,3
	Total	3 100,0

Figura 7

Porcentaje de la dimensión auditoria y evolución de la calidad de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.



Nota: según instrumento aplicado a directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.

En la tabla 9 y figura 7 se observa según instrumentos aplicado a 3 Directivos de diferentes hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, indicaron con el mayor indicador del 66.7% (2) percibieron que están de acuerdo con la auditoria y evolución de la calidad de los factores de calidad aplicados en los hoteles y con el 33.3% (1) percibieron que están totalmente de acuerdo. Lo se concluye que, los directivos en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, mayormente percibieron que están de acuerdo con la auditoria y evolución de la calidad de los factores de calidad aplicados en los hoteles.

Tabla 10

Frecuencia y porcentaje de la dimensión diseño del producto de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018

Diseño del producto					
	Frecuencia		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	de 3	100,0	100,0	100,0

Nota: según instrumento aplicado a directivos de hoteles de tres estrellas de la

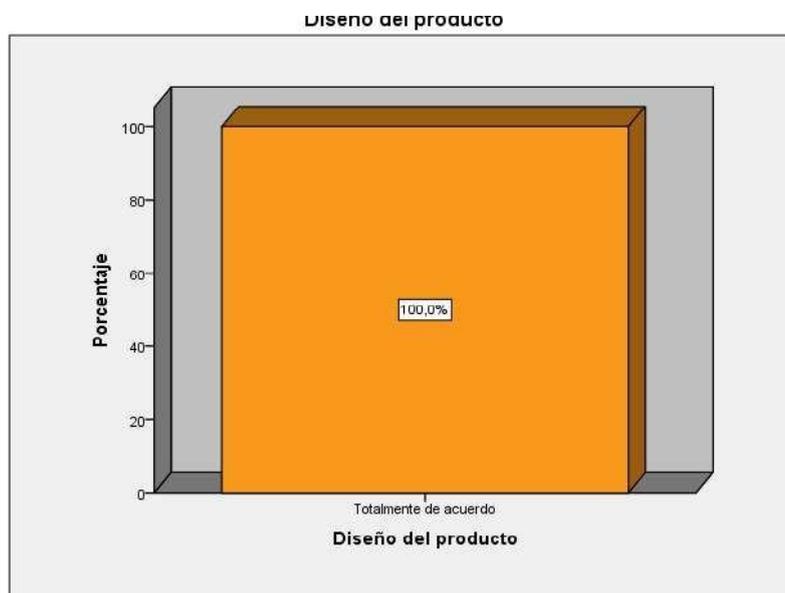
Nota: según instrumento aplicado a directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.



En la tabla 9 y figura 7 se observa según instrumentos aplicado a 3 Directivos de ciudad de Abancay, 2018.

Figura 8

Porcentaje de la dimensión diseño del producto de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018



Nota: según instrumento aplicado a directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.

En la tabla 10 y figura 8 se observa según instrumentos aplicado a 3 Directivos de diferentes hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, indicaron el 100% (3) percibieron que están totalmente de acuerdo con el diseño del producto de los factores de calidad aplicados en los hoteles. Lo se concluye que, los directivos en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, todos percibieron que están totalmente de acuerdo con el diseño del producto de los factores de calidad aplicados en los hoteles.

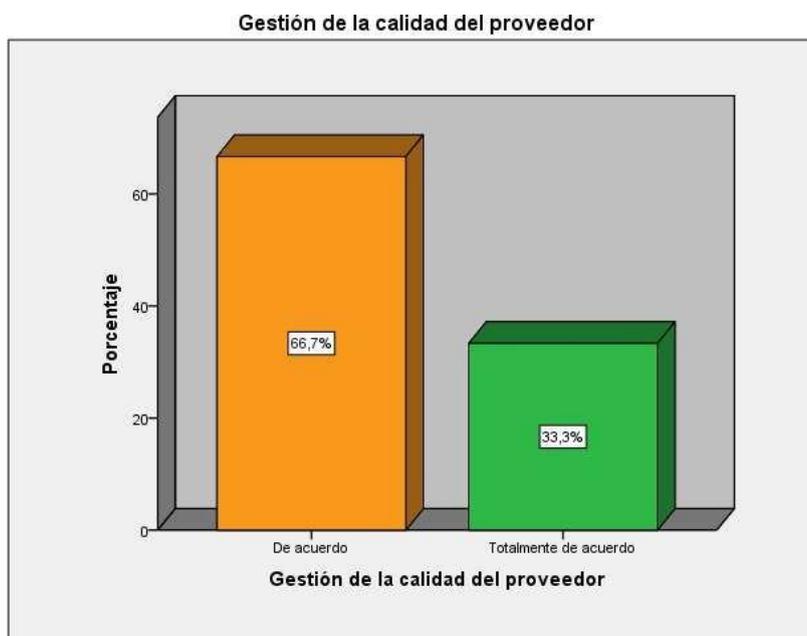
Tabla 11

Frecuencia y porcentaje de la dimensión gestión de la calidad del proveedor de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018

	Frecuencia	Porcentaje
Válido	De acuerdo	2 66,7
	Totalmente de acuerdo	1 33,3
	Total	3 100,0

Figura 9

Porcentaje de la dimensión gestión de la calidad del proveedor de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018



Nota: según instrumento aplicado a directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.

En la tabla 11 y figura 9 se observa según instrumentos aplicado a 3 Directivos de diferentes hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, indicaron con el mayor indicador del 66.7% (2) percibieron que están de acuerdo con la gestión de la calidad del proveedor de los factores de calidad aplicados en los hoteles y con el 33.3% (1) percibieron que están totalmente de acuerdo. Lo se concluye que, los directivos en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, mayormente percibieron que están de acuerdo con la gestión de la calidad del proveedor de los factores de calidad aplicados en los hoteles.

Tabla 12

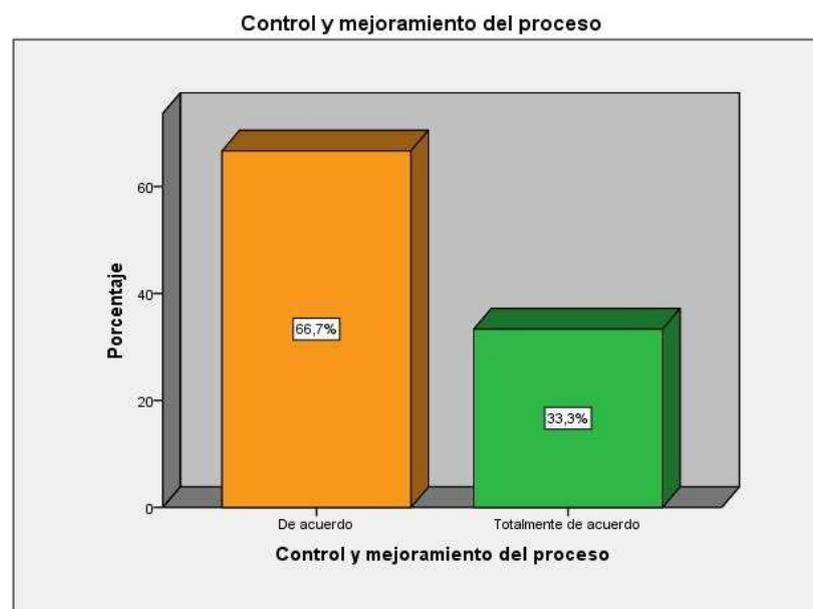
Frecuencia y porcentaje de la dimensión control y mejoramiento del proceso de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.

	Frecuencia	Porcentaje
Válido	De acuerdo	2 66,7
	Totalmente de acuerdo	1 33,3
	Total	3 100,0

Nota: según instrumento aplicado a directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.

Figura 10

Porcentaje de la dimensión control y mejoramiento del proceso de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018



Nota: según instrumento aplicado a directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.



En la tabla 12 y figura 10 se observa según instrumentos aplicado a 3 Directivos de diferentes hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, indicaron con el mayor indicador del 66.7% (2) percibieron que están de acuerdo con el control y mejoramiento del proceso de los factores de calidad aplicados en los hoteles y con el 33.3% (1) percibieron que están totalmente de acuerdo. Lo se concluye que, los directivos en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, mayormente percibieron que están de acuerdo con el control y mejoramiento del proceso de los factores de calidad aplicados en los hoteles.

Tabla 13

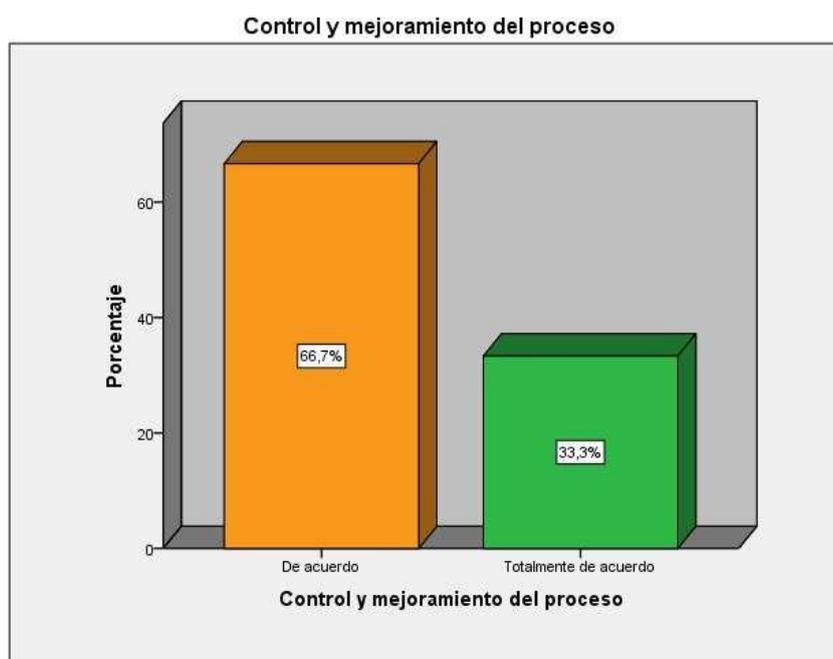
Frecuencia y porcentaje de la dimensión control y mejoramiento del proceso de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018

	Frecuencia		Porcentaje
Válido	De acuerdo	2	66,7
	Totalmente de acuerdo	1	33,3
	Total	3	100,0

Nota: según instrumento aplicado a directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.

Figura 11

Porcentaje de la dimensión control y mejoramiento del proceso de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018



Nota: según instrumento aplicado a directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.



En la tabla 13 y figura 11 se observa según instrumentos aplicado a 3 Directivos de diferentes hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, indicaron con el mayor indicador del 66.7% (2) percibieron que están de acuerdo con el control y mejoramiento del proceso de los factores de calidad aplicados en los hoteles y con 33.3% (1) percibieron que están totalmente de acuerdo. Lo se concluye que, los directivos en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay,2018, mayormente percibieron que están de acuerdo con el control y mejoramiento del proceso de los factores de calidad aplicados en los hoteles.

Tabla 14

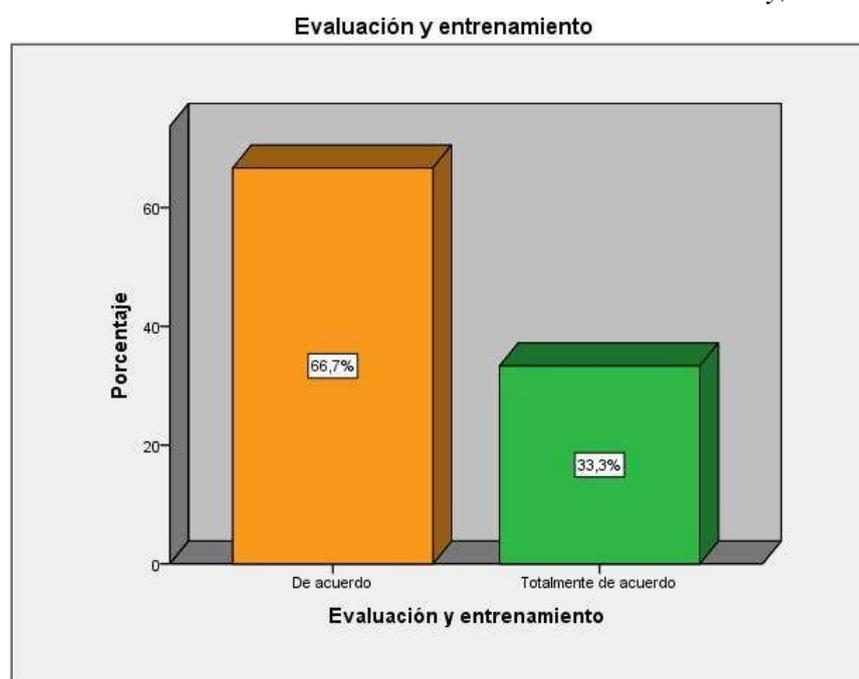
Frecuencia y porcentaje de la dimensión evaluación y entrenamiento de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018

	Frecuencia		Porcentaje
Válido	De acuerdo	2	66,7
	Totalmente de acuerdo	1	33,3
	Total	3	100,0

Nota: Según instrumento aplicado a directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.

Figura 12

Porcentaje de la dimensión evaluación y entrenamiento de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018



Nota: según instrumento aplicado a directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.



En la tabla 14 y figura 12 se observa según instrumentos aplicado a 3 Directivos de diferentes hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, indicaron con el mayor indicador del 66.7% (2) percibieron que están de acuerdo con la evaluación y entrenamiento de los factores de calidad aplicados en los hoteles y con el 33.3% (1) percibieron que están totalmente de acuerdo. Lo se concluye que, los directivos en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, mayormente percibieron que están de acuerdo con la evaluación y entrenamiento de los factores de calidad aplicados en los hoteles.

Tabla 15

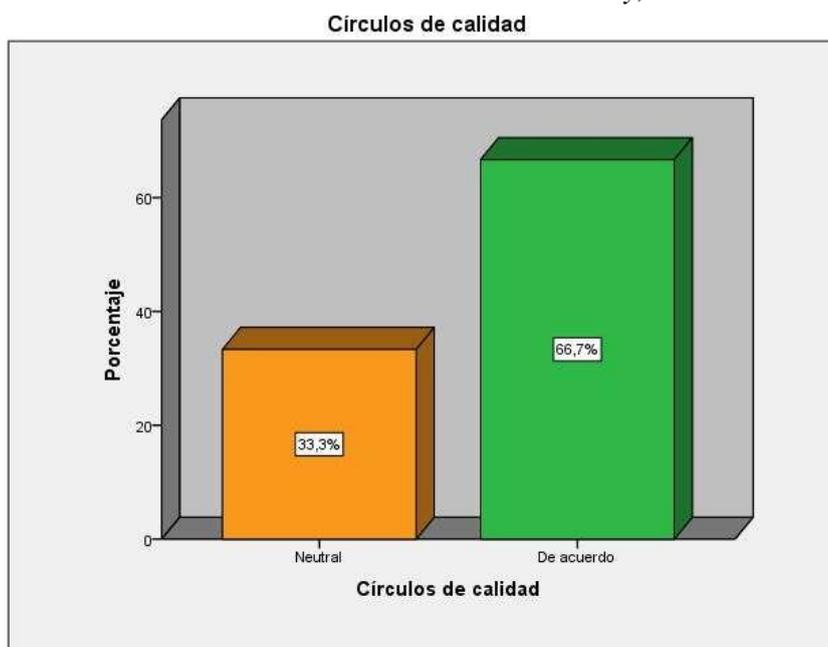
Frecuencia y porcentaje de la dimensión círculos de calidad de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018

	Frecuencia		Porcentaje
Válido	Neutral	1	33,3
	De acuerdo	2	66,7
	Total	3	100,0

Nota: según instrumento aplicado a directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.

Figura 13

Porcentaje de la dimensión círculos de calidad de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018



Nota: según instrumento aplicado a directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.

En la tabla 15 y figura 13 se observa según instrumentos aplicado a 3 Directivos de diferentes hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, indicaron con el 33.3% (1) percibieron que están indiferente o neutral con los círculos de calidad de los factores de calidad aplicados en los hoteles y con el mayor indicador del 66.7% (2) percibieron que están de acuerdo. Lo se concluye que, los directivos en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, mayormente percibieron que están de acuerdo con los círculos de calidad de los factores de calidad aplicados en los hoteles.

Tabla 16

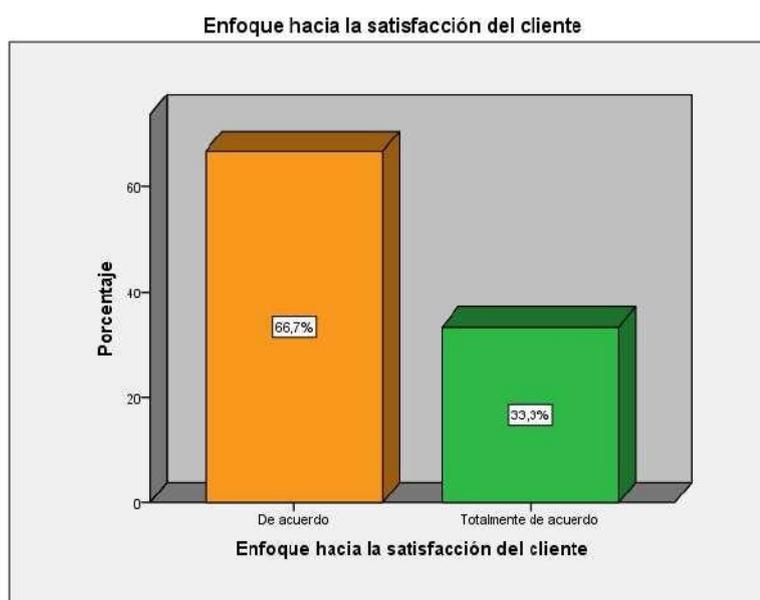
Frecuencia y porcentaje de la dimensión enfoque hacia la satisfacción del cliente de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018

	Frecuencia	Porcentaje
Válido	De acuerdo	2 66,7
	Totalmente de acuerdo	1 33,3
	Total	3 100,0

Nota: Según instrumento aplicado a directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018

Figura 14

Porcentaje de la dimensión enfoque hacia la satisfacción del cliente de los factores de calidad de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.



Nota: según instrumento aplicado a directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018

En la tabla 16 y figura 14 se observa según instrumentos aplicado a 3 Directivos de diferentes hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, indicaron con el mayor indicador del 66.7% (2) percibieron que están de acuerdo con el enfoque hacia la satisfacción del cliente de los factores de calidad aplicados en los hoteles y con el 33.3% (1) percibieron que están totalmente de acuerdo. Lo se concluye que, los directivos en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, mayormente percibieron que están totalmente de acuerdo con el enfoque hacia la satisfacción del cliente de los factores de calidad aplicados en los hoteles.

5.1.4. Descripción de resultados de los huéspedes, datos generales de los directivos de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay.

Tabla 17

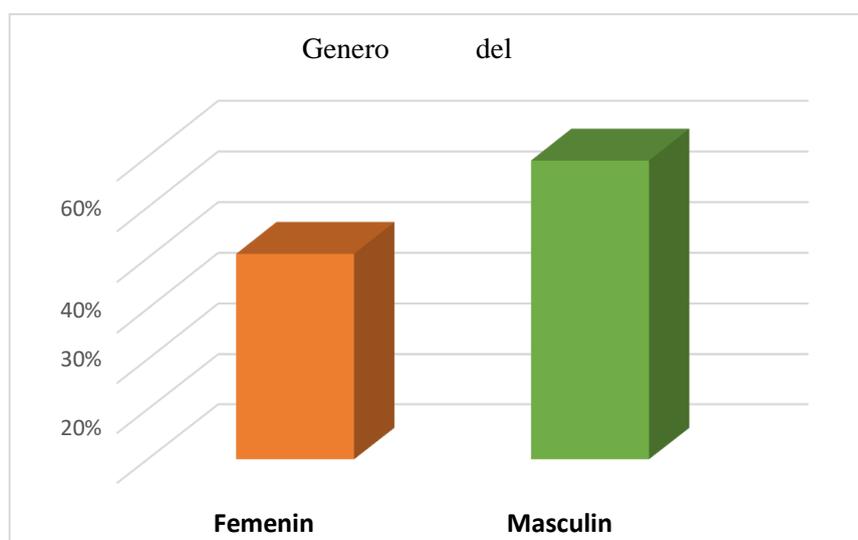
Frecuencia y porcentaje de Genero de los huéspedes de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018

Genero	Fr.	%
Femenino	82	41%
Masculino	119	59%
Total	201	100%

Nota: según instrumento aplicado a huéspedes de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.

Figura 15

Porcentaje de Genero de los huéspedes de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018



Nota: Según instrumento aplicado a huéspedes de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.



En la tabla 17 y figura 15 se observa según instrumentos aplicado a 201 huéspedes de diferentes hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, el 41% (82) el directivo fue de género femenino y con el mayor indicador representado por el 59% (119) los directivos fueron de género masculino. Lo se concluye que, los huéspedes en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, mayormente están representados por el género masculino.

Tabla 18

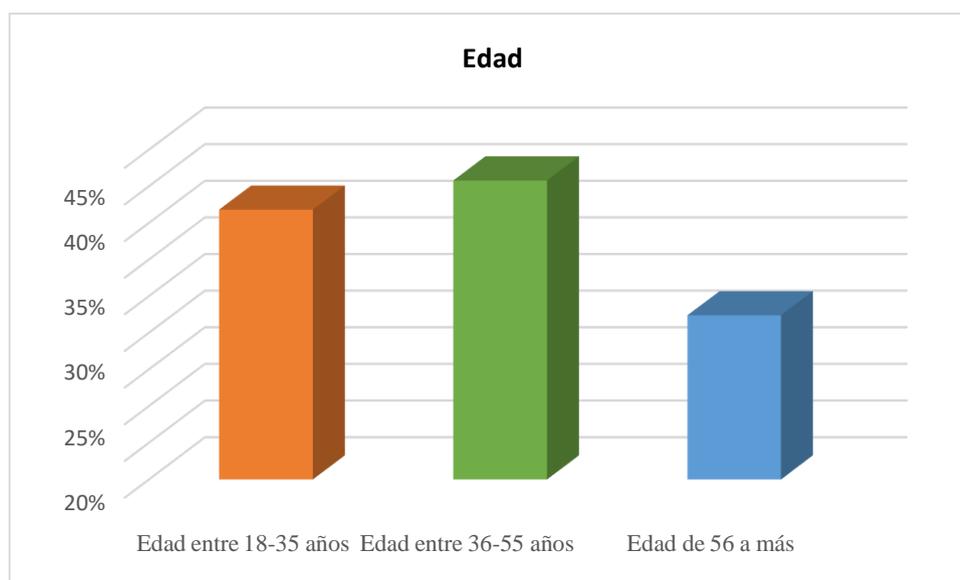
Porcentaje de Genero de los huéspedes de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018

Rango de Edad	Fr.	%
Edad entre 18-35 años	74	37%
Edad entre 36-55 años	82	41%
Edad de 56 a más años	45	22%
Total	201	100%

Nota: Según instrumento aplicado a huéspedes de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.

Figura 16

Porcentaje de edad de los huéspedes de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018



Nota: según instrumento aplicado a huéspedes de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.



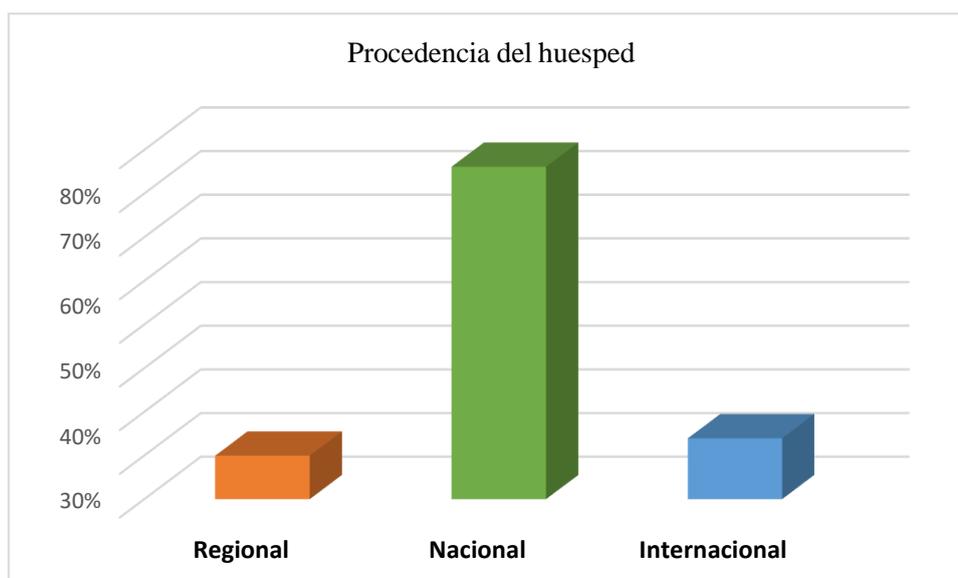
En la tabla 18 y figura 16 se observa según instrumentos aplicado a 201 huéspedes de diferentes hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, el 37% (74) los huéspedes tuvieron la edad en el rango de 18-35 años, con el mayor indicador representado por el 41% (82) los huéspedes tuvieron la edad en el rango de 18-35 años y con el 22% (45) los huéspedes tuvieron la edad en el rango de 56 años a más. Lo se concluye que, los huéspedes de los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, mayormente están representados por el rango de edad de 18-35 años.

Tabla 19
Frecuencia y porcentaje de procedencia de los huéspedes de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018

Descripción	Fr.	%
Regional	20	10%
Nacional	153	76%
Internacional	28	14%
Total	201	100%

Nota: según instrumento aplicado a huéspedes de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.

Figura 17
Porcentaje de procedencia de los huéspedes de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018



Nota: según instrumento aplicado a huéspedes de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.

En la tabla 19 y figura 17 se observa según instrumentos aplicado a 201 huéspedes de diferentes hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, el 10% (20) los huéspedes tuvieron una procedencia regional, con el mayor indicador representado por el 76% (153) del huésped tuvieron una procedencia nacional y con el 14%(28) los huéspedes tuvieron una procedencia internacional. Lo se concluye que, los huéspedes de los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, mayormente los huéspedes fueron de procedencia nacional.

5.1.5. Descripción de resultados con tablas y figuras por ítems de los factores de calidad de los huéspedes.

Tabla 20

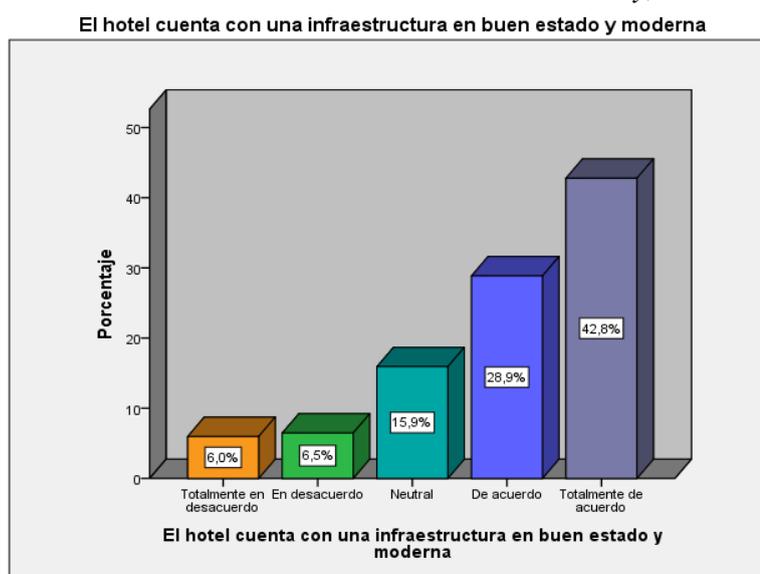
Frecuencia y porcentaje - el hotel cuenta con una infraestructura en buen estado y moderna de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	12	6,0
	En desacuerdo	13	6,5
	Neutral	32	15,9
	De acuerdo	58	28,9
	Totalmente de acuerdo	86	42,8
	Total	201	100,0

Nota: según instrumento aplicado a huéspedes de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018.

Figura 18

Porcentaje - el hotel cuenta con una infraestructura en buen estado y moderna de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018



Nota: según instrumento aplicado a huéspedes de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018



En la tabla 20 y figura 18 se observa según instrumentos aplicado a 201 huéspedes de diferentes hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, el 6% (12) los huéspedes percibieron que están totalmente en desacuerdo que el hotel cuenta con una infraestructura en buen estado y moderna de hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, con el 6.5% (13) de los huéspedes percibieron que están en desacuerdo, con el 15.9% (32) de los huéspedes percibieron que están indiferente, con el 28.9% (58) los huéspedes percibieron que están de acuerdo y con el mayor indicador del 42.8% (86) de los huéspedes percibieron que están totalmente de acuerdo. Lo se concluye que, los huéspedes de los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, 2018, mayormente los huéspedes están de acuerdo que el hotel cuenta con una infraestructura en buen estado y moderna.

5.2. Contrastación de hipótesis

5.2.1. Hipótesis estadísticas Hipótesis general

5.2.1.1. Hipótesis estadísticas (nula y alterna)

- **Hipótesis Nula Ho:** El nivel de calidad de servicio en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay no es regular.
- **Hipótesis Alterna H1:** El nivel de calidad de servicio en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay es regular.

a) Estadístico

Tabla 21

Prueba de hipótesis con el t-Student para una muestra única

Prueba de muestra única

Valor de prueba = 0

	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
Calidad	13,000	2	0,006	4,333	2,90	5,77

Nota: Estadístico Spss versión 22.00 – Elaboración propia, 2018.



b) Nivel de significancia

De la tabla 21 se observa que el nivel de Sig. (bilateral) = 0,006 mostrándonos que es menor a 0.05 permitiéndonos señalar que es significativa la relación entre las variables de contraste.

c) Región crítica o decisión

De acuerdo a lo visto en el nivel de significancia podemos decidir que se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis alterna (H1), por lo tanto, podemos afirmar con un nivel confianza del 95% que el nivel de calidad de servicio en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay es regular.

5.2.1.2. Hipótesis específica 1

5.2.1.2.1. Hipótesis estadística (nula y alterna)

- **Hipótesis Nula Ho:** El nivel de calidad sobre el cumplimiento de los factores de éxito de los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay no es regular.
- **Hipótesis Alterna H1:** El nivel de calidad sobre el cumplimiento de los factores de éxito de los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay es regular.

a) Estadístico

Tabla 22

Prueba de hipótesis con el t-Student para una muestra única

Prueba de muestra única	
Valor de prueba = 0	
Diferenci	95% de intervalo de
a de	confianza
medias	<u>de la diferencia</u>

Nivel de calidad factores de éxito

Nota: estadístico Spss versión 22.00 – *Elaboración propia, 2018.*



t	gl	r	Superior				
(bilateral)	Sig.	14,000	2	0,005	4,667	3,23	6,10
	Inferio						

Nota: estadístico Spss versión 22.00 – Elaboración propia, 2018.



a) Nivel de significancia

De la tabla 22 se observa que el nivel de Sig. (bilateral) = 0,005 mostrándonos que es menor a 0.05 permitiéndonos señalar que es significativa la relación entre las variables de contraste.

b) Región crítica o decisión

De acuerdo a lo visto en el nivel de significancia podemos decidir que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1), por lo tanto, podemos afirmar con un nivel confianza del 95% que el nivel de calidad sobre el cumplimiento de los factores de éxito de los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay es regular.

5.2.2. Hipótesis específica 2

5.2.2.1. Hipótesis estadística (nula y alterna)

Hipótesis Nula H_0 : Los estándares de calidad que vienen cumpliendo los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay no es regular.

Hipótesis Alterna H_1 : Los estándares de calidad que vienen cumpliendo los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay es regular.

a) Estadístico

Tabla 23

Prueba de hipótesis con el t-Student para una muestra única

Prueba de muestra única

Valor de prueba = 0

Diferenci a de medias 95% de intervalo de confianza de la diferencia

Estándares de calidad

Nota: estadístico Spss versión 22.00 – Elaboración propia, 2018.



t	gl						
(bilateral)	Sig.	13,000	2	0,006	4,333	2,90	5,77
	Inferior						
	Superior						

Nota: estadístico Spss versión 22.00 – Elaboración propia, 2018.



a) Nivel de significancia

De la tabla 23 se observa que el nivel de Sig. (bilateral) = 0,006 mostrándonos que es menor a 0.05 permitiéndonos señalar que es significativa la relación entre las variables de contraste.

b) Región crítica o decisión

De acuerdo a lo visto en el nivel de significancia podemos decidir que se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis alterna (H1), por lo tanto, podemos afirmar con un nivel confianza del 95% que los estándares de calidad que vienen cumpliendo los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay es regular.

5.2.3. Hipótesis específica 3

5.2.3.1. Hipótesis estadística (nula y alterna)

- **Hipótesis Nula Ho** El nivel de calidad percibido por los usuarios de los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay no es regular.
- **Hipótesis Alterna H1** El nivel de calidad percibido por los usuarios de los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay es regular.

a) Estadístico

Tabla 23: Prueba de hipótesis con el t-Student para una muestra única

Prueba de muestra única							
Valor de prueba = 0							
		t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
						Inferior	Superior
Nivel de calidad							
percibido	por	13,000	2	0,006	4,333	2,90	5,77
usuarios							

Nota: Estadístico Spss versión 22.00



b) Nivel de significancia

De la tabla 24 se observa que el nivel de Sig. (bilateral) = 0,006 mostrándonos que es menor a 0.05 permitiéndonos señalar que es significativa la relación entre las variables de contraste.

c) Región crítica o decisión

De acuerdo a lo visto en el nivel de significancia podemos decidir que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1), por lo tanto, podemos afirmar con un nivel confianza del 95% que el nivel de calidad percibido por los usuarios de los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay es regular.

5.3. Discusión

La investigación realizada hace referencia al nivel de calidad de servicios en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, según los resultados de la encuesta realizada a los hoteles se obtuvo que el 95% de los ejecutivos y clientes indican que el nivel de calidad de servicio es regular, así mismo la alta gerencia dentro de los hoteles según las encuestas promueven la participación de los colaboradores en la gestión de la calidad, proporciona los recursos necesarios para elevar el nivel de calidad. A través de la encuesta a ejecutivos también se pudo ver que las empresas tienen metas claras en cuanto a la calidad, así mismo los gerentes realizan una evaluación de los requerimientos del cliente con el fin de poder satisfacer la demanda de las necesidades de los huéspedes.

En ese sentido Joubert, Elizabet Gladis; en su trabajo: “Los sistemas de gestión de calidad en el sector hotelero: perspectivas y desafíos para su implementación en hoteles de la ciudad de Neuquén”, coincide con los resultados de la investigación realizada, ya que indican que existe poca inversión en la implantación de sistemas que mejoren la calidad de servicio en el sector hotelero de Neuquén, y la poca información de los beneficios que traería la implantación de sistemas de gestión de la calidad, las mejoras solo se ven a nivel material y no de innovación o mejoras del servicio.

Cornejo Condor, Edinson Wilmer; Hidalgo Santander, Rodrigo Alejandro; Lazo Valencia, Karina Gandi; Yáñez Fuentes, Néstor Camilo, en su trabajo de investigación: “Calidad en las Empresas del Sector Hoteles del Perú”, los resultados de dicha investigación han permitido comprobar que las organizaciones en el rubro hotelero en el



Perú con un sistema de gestión de calidad que mantiene diferencias significativas en los factores de calidad con las empresas que no tienen un sistema de gestión de calidad, la presente investigación nos ha dado a conocer que las empresas que ofrecen el servicio hotelero que si aplican sistemas de calidad, son más productivas

y mantienen estándares de calidad en comparación de las empresas que no sistemas de gestion de calidad, la implementación de estos sistemas de Calidad permite no solo reducir errores sino también costos innecesarios.

Ballón Cervantes, Susan Camila, “Evaluación en la calidad de servicio y satisfacción del cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay”, los resultados de dicho estudio concluyen que la variable de “empatía” fue la que mayor influencia tuvo en la satisfacción al cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay, después le siguió la “capacidad de respuesta” y finalmente “elementos tangibles”. De esta manera la investigación dio a conocer elementos importantes que deben tener en cuenta los hoteles de la ciudad de Abancay en cuanto a la satisfacción del cliente. La variable empatía fue la que la que más influye en la satisfacción del cliente. Los estudios realizados en dicha investigación coinciden con los resultados obtenidos en nuestra investigación ya que en el factor satisfacción al cliente, la empresa realiza una evaluación general de los requerimientos del cliente y el personal que brinda un servicio de calidad en la atención a la información de los huéspedes sobre las quejas y sugerencias de los huéspedes, del mismo los clientes dan a conocer que los trabajadores de los hoteles ponen interés casi personal en satisfacer sus necesidades.

Los argumentos planteados en los antecedentes del trabajo de investigación, así como la descripción del problema y la fundamentación científica, permitieron plantear la hipótesis general de que el nivel de calidad de servicio en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay es regular, el cual ha sido aceptado según los resultados obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos a los gerentes y clientes externos de los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay.



CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

El presente trabajo de investigación permitió explicar las hipótesis planteadas y cumplir con los objetivos propuestos, a continuación, se detalla las conclusiones a las que se llegó:

Primero

Podemos afirmar que el nivel de calidad de servicios en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay 2018, es regular ya que los hoteles cuentan con un plan de trabajo basado en la gestión de la calidad total, dicha afirmación se debe a que el 95% de gerentes encuestados resolvieron que también cuentan con un plan basado en la calidad de servicio.

Segundo

El nivel de calidad basado en el cumplimiento de los factores de éxito aplicado en los hoteles de tres estrellas de ciudad de Abancay es regulara, debido a que los gerentes vienen aplicando solo algunos de estos, así lo demuestra la encuesta realizada donde el 95% de los encuestados manifiesta que actualmente cumplen con algunos de los factores de éxito, en la actualidad están más enfocados en la satisfacción del cliente basado en lo que el cliente requiere en el momento.

Tercero

Se afirma que los estándares de calidad que vienen cumpliendo los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay es regular, esto se debe a que los gerentes de los hoteles están aplicando el control de la calidad basado en estándares internacionales, así lo demuestra la encuesta realizada a los gerentes de dichas empresas.

Cuarto

El nivel de calidad se servicio percibido por los usuarios en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay es regular, el 95 % de los encuestados indican que los servicios



que brindan los hoteles podría mejorar, actualmente la mayor parte de los hoteles en estudio vienen aplicando encuestas anuales sobre satisfacción del cliente, lo que les permite conocer los requerimientos y necesidades de sus clientes.

6.2. Recomendaciones

Tomando en cuenta los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación se recomienda lo siguiente:

Primero

Se recomienda que a partir de los resultados hallados en el presente trabajo de investigación, que los estudiantes en las ciencias administrativas y a los futuros investigadores que tengan orientación en profundizar el tema de estudio, se debe ampliar el presente estudio desde el punto de vista de los nuevos modelos teóricos que explican sobre el tema, en el mismo sentido para las organizaciones del rubro del servicio hotelero se recomienda que apliquen el modelo de gestión de la calidad total en sus nuevos procesos de gestión organizacional, con el fin de promover la calidad de servicios que esté basado no solo en la mejora de la infraestructura sino también que involucre al personal que labora dentro de los hoteles, de esta manera los trabajadores serán más comprometidos con la empresa, conocerán mejor sus funciones lo que permitirá brindar un mejor servicio hacia los huéspedes.

Segunda

Teniendo en cuenta los resultados hallados en el presente estudio, que la comunidad académica y a los futuros investigadores que tengan orientación a desarrollar estudios futuros para conocer mejor los factores de éxito que comprenden los factores de la calidad total, en este mismo sentido también orientar a las organizaciones que tengan en cuenta incorporar como una herramienta que permitan a las organizaciones lograr ventajas competitivas en el sector hotelero, como consecuencia de ello conseguir una ventaja competitiva dentro del mercado hotelero.

Tercero

Se recomienda que a partir de los resultados hallados en el presente trabajo de investigación, que los futuros investigadores que tengan interés en el tema, desarrollar trabajos de investigación que permitan conocer en mejor profundidad respecto a los estándares de calidad la calidad de servicio que abordan autores de la calidad total, en el



mismo sentido para las organizaciones del rubro del servicio de hotelero que deben incorporar dentro del proceso de atención a los usuarios considerar los estándares de calidad en el servicio de atención hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay, además contar las certificaciones nacionales e internacionales de manera que puedan utilizarlo como estrategia para el control de la calidad y de mejora de los procesos, esto permitirá ofrecer a los clientes nacionales y extranjeros un servicio estandarizado en cuanto a la calidad de servicio.

Cuarto

Finalmente a partir de los resultados hallados se recomienda a la comunidad académica desarrollar futuras investigaciones en otros niveles que ofrece la metodología de la investigación, con el propósito de conocer mejor la variable de estudio, además a las organizaciones realizar una evaluación sobre los requerimientos que presentan los clientes con la finalidad de satisfacer sus necesidades, es necesario que, así como los colaboradores de la empresa también los gerentes presten atención a los requerimientos y quejas de los huéspedes, de esta manera la empresa contará con información que le permitirá mejorar, ser competitivo y sostenible en un mercado tan creciente como la hotelería.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acuña Naucar, N.M. (2013). *repositorio.uchile.cl*. Obtenidode http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/115400/cf-acuna_nn.pdf?sequence=4
- Aguilar, A. (2016). ¿Qué es la Competitividad? Lima, Lima, Perú.
- Alarco, G. (2011). COMPETITIVIDAD y Desarrollo: Evolución y perspectiva recientes. *Planeta Perú*, 28 - 51.
- Aldana de vega , L., Álvarez Builes , M. P., Bernal Torres, C. A., Díaz Becerra , M. I., Galindo Uribe, Ó. D., Gonzáles Soler , C. E., & Villegas Cortés, A. (2011). *administración por calidad*. Colombia: Alfaomega Colombiana S.A.
- Alvarez Torres, M. (1998). *Manual de Competitividad*. México: Panorama.
- Ballón Cervantes, S. C. (Diciembre de 2016). *Evaluación En La Calidad De Servicio Y Satisfacción Del Cliente En Los Hoteles De Dos Y Tres Estrellas De La Ciudad De Abancay*. Obtenido de [http://www.abancay.com](#)
- Barron Araoz, R. (2011). Marketing Relacional como estrategia de los negocios del Peru . *Quipukamayoc*, 6.
- Barroso Castro, C., & Martin Armario, E. (1999). *Marketing Relacional*. Madrid: ESIC.
- Benzaquen de las Casas, J. B. (Marzo de 2013). Calidad en las empresas latinoamericanas: El caso peruano. *Revista Journal Revista*, 59. Recuperado el Febrero de 2018
- Bordonaba Juste, V., & Garrido Rubio , A. (2001). Marketing de Relaciones, ¿Un nuevo Paradigma? *Relaciones Laborales ISSN* , 20.
- Burgos Garcia , E. (2007). *Marketing Relacional: Cree un plan incentivo y eficaz* . Madrid: Gesbiblo.
- Cabrera, M. A., López, L. P., & Ramírez, M. C. (2011). *La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio*. Bogotá-Colombia: Ediciones Universidad Central.
- Campón Cerro, A. M. (2009). *Marketing Relacional en el Sector Turístico: la Fidelización de Clientes en el Turismo Rural*. Covilhã: UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR.



Carrasco Diaz, S. (2009). *Metodología de la investigación científica*. Lima - Perú: San Marcos.

Cavazos, J., & Giuliani, A. C. (Junio de 2008). El concepto de marketing bajo el paradigma relacional. Una agenda para Latinoamérica. *Invenio*, 11(20), 41-52.

Charaja Cutipa, F. (2018). *El mapic en la investigación científica*. Puno - Lima: Corporación sirio EIRL.

Chica Mesa, J. C. (Octubre de 2005). Del Marketing de servicios al marketing relacional. *Revista Colombiana de Marketing*, 4(6), 60-67.

Colín, L. (Octubre de 2007). Sistemas de gestión de calidad. *Revista Virtual Pro*, 69.

Compendio Estadístico Perú 2015. (17 de Abril de 2015). *Compendio Estadístico Perú 2015*.

Obtenido de ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE COLECTIVO, SEGÚN

CATEGORÍA, 2014:

<http://sociedadhotelesdelperu.org.pe/wp-content/uploads/2016/08/INEICompendioEstadisticoPeru2015.pdf>

Cornejo Condor, E. w., Hidalgo Santander, R. A., Lazo Valencia, K. G., & Yáñez Fuentes, N. C. (Mayo de 2015). *Calidad en las Empresas del Sector Hoteles del Perú*. Recuperado el Febrero de 2018, de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/8842>

Crouch G., I., & Ritchie B., J. (1999). Tourism, competitiveness and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 137-152.

Cuatrecasas, L. (2010). *Gestión Integral de la Calidad Implantación, Control y Certificación*.

Barcelona, España: Profit .

De Azevedo, A., & Pomeranz, R. (2010). *Obsesión por el Cliente: Como obtener y retener clientes en la nueva era del Marketing Relacional*. (M. J. Herrero Diaz, Trad.) Mexico: McGraw-Hill Interamericana.

DE REPARAZ ZAMORA, M. (29 de Marzo de 2016). RESOLUCIÓN VICEMINISTERIAL



Nº022-2016-MINCETUR-VMT. *Modifican los Anexos N° 1y N° 13 referidos en el artículo 1 de la R.VM. N° 24-2015-MINCETUR-VMT.* Lima, Perú.

DEL RÍO SADORNIL , D. (2013). *DICCIONARIO-GLOSARIO DE METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL.* MADRID , ESPAÑA: UNED.

Diario Gestión. (20 de 10 de 2013). *Canatur: Ocupación en hoteles de lujo en Perú llega al 90% anual.* Obtenido de Diario Gestión: <http://gestion.pe/economia/canatur-ocupacion-hoteles-lujo-peru-llega-al-90-anual-2078963>

Dwyer, L., & Kim, C. (2002). Destination Competitiveness: A Model and Determinants. (B. d.

Empresariales, Ed.) *Turismo Net*, 1-12.

ernández, P., & Friedmann, R. (Mayo-Junio de 2007). Relationing: El marketing después del marketing. *Economía & Administración*(154), 15-24.

Esteban Alberdi, C., & Rubio Andrada, L. (2014). *Empresas de Intermediación Turística y Nuevas Tecnologías. Estudio de Calidad del Segmento Minorista para Viajes de Ocio.* Madrid, España: Vision Net.

Fernandez , P., & Friedmann , R. (Mayo-JUNIO de 2007). Relationing: El Marketing después del Marketing. *Economía & Administración*(154), 15-24.

Fernández Nogales , Á. (2004). *INVESTIGACIÓN Y TÉCNICAS DE MERCADO.* Madrid: ESIC .

Finol, T. y. (1993). *Procesos y y peroductos en la investigación documental.* Maracaibo: Universidad del Zuly Maracaibo.

Garau, T. J. (3 de Mayo de 2006). “Propuesta de dos índices para la mediación de la competitividad de los destinos de sol y playa del Mediterráneo: avance de resultados desde el punto de vista de la demanda”. *XV Simposio Internacional de turismo y ocio.* Barcelona: ESADE-Fira.

Gómez , A. M. (2011). Estudio empírico sobre el impacto del marketing relacional en la rentabilidad de los negocios en escenarios no contrafactuales. Medellín , Colombia.

Gomez Gras, J. M. (1997). *ESTRATEGIAS PARA LA COMPETITIVIDAD DE*



LAS PYME.

México: McGraw W-Hill/ Interamericana de España, S.A.

González R., C., & Mendieta M., D. (2009). Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos. *Cuadernos de Turismo*, 1, 25-43.

Griful Pontasi, E., & Canela Campos, M. (2005). *Gestión de la Calidad*. Barcelona, España: Centro de publicaciones del campus nord.

Grönroos, C. (1990). Service Management and Marketing: Managing the moments of Truth in Service Competition. *Free Press/Lexington Books lexinton*, 12.

Grönroos, C. (1996). Relationship Marketing: strategic and tactical implications . *Management Decisions* , 14.

Guía de la Calidad. (2016). *Mejora Continua - Ciclo PDCA*. Recuperado el 15 de Agosto de 2017, de Guía de la Calidad: <http://www.guiadelacalidad.com/modelo-efqm/mejora-continua>

Hassan, S. S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research*, 239-245.

Hernández Sampier, R. (2004). *Metodología de la investigación*. Habana Cuba: Félix Varela.

Hernández, A., & Rodríguez, K. (febrero de 2005). *Análisis de los procesos de servicio y atención al cliente del business class implementados en el Hotel Radisson Plaza Eurobuilding*. Recuperado el 27 de Mayo de 2017, <http://miunespace.une.edu.ve/jspui/bitstream/123456789/1743/1/TG3215%20Tesis%20Completa.pdf>

Hernández, F. y. (2010). *Metodología de la Investigación* . Mexico: Interamericana Editores S.A.: Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: McGraw-Hill.

Hernandez, R. S., Fernández, C. C., & Baptista, M. d. (2010). *Metodología de la Investigación* (Quinta ed.). (J. M. Chacón, Ed.) Mexico, Mexico: The McGraw Hill - Educación.

Hostelsur. (4 de Marzo de 2016). *¿Cómo se comportará la industria hotelera en 2017?*



Recuperado el 14 de Agosto de 2017, de Hostelsur.com:
https://www.hosteltur.com/115345_como-se-comportara-industria-hotelera-2017.html#

HURTADO LEON, I., & TORO GARRIDO, J. (2007). *PARADIGMAS Y METODOS DE INVESTIGACION EN TIEMPOS DE CAMBIO*. VENEZUELA: C.E.C. S.A.

Jara, R. (2010). *Una mirada a la competitividad. La Competitividad y las MYPE*.

Jiménez, B. P., & Aquino, J. F. (Julio-Agosto de 2012). PROPUESTA DE UN MODELO DE COMPETITIVIDAD DE DESTINOS TURÍSTICOS. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21(4), 977-995.

Joubert, E. G. (Julio de 2014). *Users/USUARIO/Desktop*. Recuperado el Enero de 2018, de file:///C:/Users/USUARIO/Desktop/TESIS%20para%20bantecedentes.pdf

Kotler, P. (1994). *Dirección de Mercadotecnia*. Mexico: Prentice Hall.

Lizárraga, C. M. (2012). *DISEÑO DE UN MODELO DE GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO PARA LAS BUENAS RELACIONES PROVEEDOR - EMPRESA APLICADO A UNA EMPRESA DE ACEITES COMESTIBLES*. Lima: PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ.

López Gumucio, R. (2005). *LA CALIDAD TOTAL EN LA EMPRESA MODERNA*. Recuperado el 15 de Agosto de 2017, de Redalyc: <http://www.redalyc.org/pdf/4259/425942412006.pdf>

López Lemos , P. (2015). *Como Documentar un Sistema de Gestión de Calidad según ISO 9001:2015*. (F. CONFEMETAL, Ed.) Madrid, España.

Mantecón, A. (2008). *La experiencia del turismo en un estudio sociológico sobre el proceso turístico residencial*. Barcelona, España : Book Print Digital S.A.

Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Scielo*.

Martin Christopher, Adrian Payne, David Ballantyne. (1994). *Marketin Relacional: Integrando la calidad, el servicio al cliente y el Marketing*. Madrid: Diaz de Santos S.A. .

Mathews, J. C. (2009). *COMPETITIVIDAD:El significado de la competitividad y oportunidades de internacionalización para las mypes*. USAID/PERU/MYPE COMPETITIVA. Lima: © Nathan Associates Inc. Recuperado el diciembre de 2014



Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2017). Directorio establecimientos de Hospedajes Tres Estrellas. Abancay, Apurímac, Perú.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (enero de 2017). Formato para la clasificación y categorización de hotel 3 estrellas . Lima.

Mohammad Naghi, N. (2005). *Metodología de la Investigación Segunda Edición*. Mexico: Limusa. Moreno Bayardo, M. G. (2011). *INTRODUCCION A LA METODOOGIA DE LA INVESTIGACION EDUCATIVA*. Mexico: Progreso.

Norton, D. P., Rugelsjoen, B., & Kaplant, R. (2017). *with the balanced scorecard. Harvar*.

México: Harvard Business Review.

Ñaupas Paitan, H., Mejia Mejia, E., Novoa Ramirez, E., & Villagomez Paucar, A. (2014).

Metodologia de la investigacion . Bogotá - Colombia: Ediciones Transversal.

OCDE. (1992). *OECD (1992). Competitiveness. First report to the president and the Congress*.

Washington D.C. Washington D.C.

Philip Kotler; Gary Armstrong. (2003). *Fundamentos de Marketing* (6^a ed.). Mexico: Prentice Hall Mexico.

Portal de turismo. (s.f.). *Perú: capacidad hotelera aumentó más de 30% en últimos cinco años*. Recuperado el 14 de Agosto de 2017, de www.portalturismo.com: <http://www.portaldeturismo.pe/index.php/noticia/3970-peru-capacidad-hotelera-aumento-mas-de-30-en-ultimos-cinco-anos-cuadros>

Porter , M. E. (2008). *Estrategia Competitiva*. México: Grupo Editorial Patria, SA. Recuperado el

26 de 10 de 2017, de <https://es.scribd.com/doc/243493180/M-Porter-Estrategia-competitiva-383-pdf>

Porter, M. E. (2010). *Ventaja Competitiva*. Mdrid, España: Ediciones Pirámide.

PUBLICACIONES VÉRTICE S.L. (2008). *GESTIÓN DE HOTELES*. Málaga, España:



VÉRTICE.

- Quiróa Maldonado, D. E. (2014). *Biblio3.url.edu.gt*.
Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Quiroa-Dorys.pdf>
- Regalado, O., Allpacca, R., Baca, L., & Gerónimo, M. (2011). *Endomarketing: estrategias de relacion con el cliente interno*. Lima: Esan Ediciones.
- Reinares Lara, P. J., & Ponzoa Casado, J. M. (2004). *Marketing Relacional*. Madrid: Pearson Educación S.A.
- Renart, L. G. (2001). Marketing Relacional: Oportunidades en Internet. *IESE - Revista de antiguos alumnos*, 6.
- Renart, L. G. (2004). Marketing Relacional: ¿Cafe para todos? *Harvard Deusto Bussines Review*, 76.
- Renart, L. G., & Cabre, C. (Mayo de 2007). *IESSE BUSINESS SCHOOL*. Obtenido de IESSE BUSINESS SCHOOL : <http://www.iese.edu/research/pdfs/DI-0690.pdf>
- Ritchie, J. R., & Crouch, G. I. (2000). The Competitive Destination. A Sustainable perspective. *Tourism Management*, 1-7.
- Ritchie, J. R., & Crouch, G. I. (2003). The Competitive Destination. A Sustainable tourism perspective. *CABI Publishing*.
- Rivera Camino, J., & De Garcillán López- -Rua, M. (2007). *Dirección de Marketing Fundamentos y Aplicaciones*. Madrid , España : ESIC.
- Rodríguez Franco , J., Pierdant Rodríguez , A. I., & Rodríguez Jiménez , E. C. (2014). *Estadística para Administración* (Vol. Primera Edición). México, Distrito Federal : Grupo Editorial Patria S.A.
- Salkind, N. (1999). *Métodos de Investigación*. Mexico, Mexico: Prentice Hall Hispanoamerica S.A.
- Sanchez Carlessi, H., & Meza Reyes, C. (1998). *Metodología y Diseños en la Investigacion Cientifica*. Lima: Mantaro.
- Sánchez Gutiérrez, J., Vázquez Ávila, G., & Mejía Trejo, J. (julio-septiembre, de 2017). La



mercadotecnia y los elementos que influyen en la competitividad de las mipymes comerciales en Guadalajara, México. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 27, 93-106.

Santander Montes, A. y Ruiz vaquero, R. (2004). Cuba: ECIMED.

SBQ CONSULTORES. (ENERO de 2015). *El ciclo de Deming o círculo PDCA* . Obtenido de <https://www.s bqconsultores.es/el-ciclo-de-deming-o-circulo-pdca/>

Setó Pamies, D. (2004). *DE LA CALIDAD DE SERVICIO A LA FIDELIDAD DEL CLIENTE*.

Madrid: ESIC EDITORIAL.

Summer, D. (2006). *Administración de la Calidad*. Ciudad de Mexico, México: Pearson Educación.

Ulloa, T. C. (2010). *Una mirada a la competitividad. La Competitividad y las MYPE*.

Universidad Politécnica de Madrid. (junio de 2013). *Manual de Calidad Universidad Politécnica de Madrid*. Madrid, España.

Valderrama Mendoza, S. (2002). *Pasos para elaborar proyecto de tesis de investigacion científica*.

Lima - Perú: San Marcos.

Valls, J. F. (2004). *Gestión de destinos turísticos sostenibles*. Barcelona: Ediciones Global.

Vara, H. A. (2012). *Desde la idea hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa*. Lima: Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos de la Universidad de San Martín de Porres.

Obtenido de

<http://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/7-PASOS-PARA-UNA-TEISIS-EXITOSA-Desde-la-idea-inicial-hasta-la-sustentaci%C3%B3n.pdf>

Vigilanes, J. A. (2000). *Como obtener clientes leales y rentables*. Barcelona : Gestion .

Wakabayashi, J. L. (diciembre de 2010). La investigación sobre el marketing relacional: un análisis de contenido de la literatura 2007-2008. (U. ESAN, Ed.) *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 15(29), 119-130.

Yuni, J. A., & Urbano, C. A. (s/f). *Técnicas para investigar*. Barcelona: Brujas.



ANEXO



ANEXO 1

Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Dimensiones	Indicadores	Metodología
<p>Problema General ¿Cuál es el nivel de calidad de servicio de los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay 2018?</p> <p>Problema Específico P1: ¿Cuáles es el nivel de calidad sobre el cumplimiento de los factores de éxito de los</p>	<p>Objetivo General Conocer la calidad de servicio de los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay 2017.</p> <p>Objetivos Específicos OE1: Conocer el nivel de calidad sobre el cumplimiento de los factores de éxito de los</p>	<p>Hipótesis General El nivel de calidad de servicio en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay es regular.</p> <p>Hipótesis Específicas H1: El nivel de calidad sobre el cumplimiento de los factores de éxito de los hoteles de tres</p>	<p>Calidad</p>	<p>Alta Gerencia</p>	Participación en la gestión de la calidad.	<p>Tipo: basico</p> <p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Método: Deductivo, analítico y sistémico</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>Población: Comprende tres hoteles con calificación de tres estrellas</p> <p>Muestra: En el trabajo de</p>
					Participación de empleados en la Gestión de la Calidad.	
					Discute temas sobre la Gestión de la Calidad.	
					Proporciona recursos para elevar el nivel de la calidad.	
					Busca el éxito de la empresa a largo plazo.	
					Busca el éxito de la empresa a largo plazo.	
				<p>Planeamiento de la calidad</p>	Políticas y planes relacionados con la calidad.	
					Toma de decisiones.	
				<p>Auditoria y evolución de la calidad</p>	Evaluación de políticas y planes de calidad.	
					Uso de "benchmarking"	
				<p>Diseño del producto</p>	Requerimientos del cliente.	
					Inversión en el diseño del producto	
<p>Gestión de la calidad del proveedor</p>	Relación a largo plazo con proveedores.					
	Desempeño de los proveedores.					
	Calidad de los productos que los proveedores.					

hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay 2018?	hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay 2018	estrellas de la ciudad de Abancay es regular.		Control y mejoramiento del proceso	Plazo de entrega de los clientes.	investigación se utilizará la muestra probabilística Recolección de información técnicas: -Encuesta -Observación Instrumentos: Encuesta: Ya que se recogerá información en base a preguntas cerradas, la encuesta es la metodología cuantitativa más utilizada para la obtención de información primaria.
P2: ¿Cuáles son los estándares de calidad que vienen cumpliendo los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay 2018? P3: ¿Cuál es el nivel de significancia en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay 2018 con respecto a los sistemas de gestión de calidad?	OE2: Conocer cuáles son los estándares de calidad que vienen cumpliendo los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay 2018 OE3: Conocer el nivel de significancia de los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay 2018 con respecto a los sistemas de gestión de calidad	H2: Los estándares de calidad que vienen cumpliendo los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay es regular. H3: El nivel de significancia en los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay 2018 con respecto a los sistemas de gestión de calidad es regular.		Control y mejoramiento del proceso	Operatividad de equipos.	
					Mantenimiento de equipos.	
					Uso de las siete herramientas de control de la calidad.	
					Implementación del control de calidad.	
				Evaluación y entrenamiento	Evaluación y entrenamiento de empleados.	
					Los empleados utilizan herramientas para la gestión de calidad	
					Los empleados participan de la gestión de calidad.	
				Círculos de	Conciencia de los trabajadores referente a la calidad.	
					Se realiza actividades de círculos de calidad.	

				calidad	Se usa herramientas para los círculos de calidad.	Ficha de observación: La observación cualitativa implica adentrarnos en profundidad a situaciones sociales y mantener un papel activo, así como una reflexión permanente. Estar atento a los detalles, sucesos, eventos e interacciones.
					Círculos de calidad permite ahorrar recursos.	
				Enfoque hacia la satisfacción del cliente	Información sobre los clientes.	
					Encuesta de satisfacción del cliente.	
					Información sobre las quejas de los clientes.	
					Evaluación de los requerimientos de los clientes.	

ANEXO 2: Encuesta dirigido a ejecutivos

La presente encuesta tiene por finalidad obtener información sobre el nivel de calidad de servicio de los hoteles de tres estrellas, la misma que servirá para desarrollar el trabajo de investigación denominada: “NIVEL DE CALIDAD DE SERVICIO DE LOS HOTELES DE TRES ESTRELLAS DE LA CIUDAD DE ABANCAY 2018”. La información que se obtenga es confidencial y se utilizará solo para asuntos académicos, agradezco su amable colaboración.

En referencia a la atención recibida en este hotel, por favor señale con una X su opinión en relación con las siguientes afirmaciones, asignando el número del 1 a 5 que mejor represente su opinión.

Nota: Los valores del 1 al 5 significan:

CALIFICACIÓN	PUNTAJE
Totalmente de acuerdo (TA)	5
De acuerdo (DA)	4
Neutral (N)	3
En desacuerdo (ED)	2
Totalmente en desacuerdo (TD)	1

- Género:** Fecha: / /
Masculino _____ Femenino _
- ¿Edad del propietario y/o gerente?**
a) 18 a 25 años b) 26 a 50 años c) De 51 a más años
- ¿Cuál es su profesión u oficio?**



4. ¿Cuántos años tiene la empresa de permanencia en el mercado?

- a) 1 mes a 2 años b) 3 a 6 años c) 7 a más años

P N°	FACTORES DE CALIDAD	PUNTAJE				
		TD	ED	N	DA	TA
		1	2	3	4	5
FACTOR ALTA GERENCIA						
P 1,1	La alta gerencia participa activamente en la gestión de la calidad en la empresa.					
P 1,2	La alta gerencia de la empresa alienta firmemente la participación de los empleados en la Gestión de la Calidad.					
P 1,3	La alta gerencia de la empresa se reúne de manera regular para discutir temas relacionados con la Gestión de la Calidad.					
P 1,4	La alta gerencia de la empresa proporciona los recursos apropiados para elevar el nivel de la calidad.					
P 1,5	La alta gerencia busca el éxito de la empresa a largo plazo.					
FACTOR PLANEAMIENTO DE CALIDAD						
P 2,1	La empresa tiene metas específicas y detalladas en cuanto a la calidad.					
P 2,2	La empresa presta atención al cumplimiento y éxito de sus políticas y planes relacionados con la calidad.					
FACTOR AUDITORIA Y EVALUACIÓN						
P 3,1	La empresa obtiene datos objetivos para la toma de decisiones.					
P 3,2	La empresa evalúa regularmente sus políticas y planes de la calidad					



P 3,3	El "benchmarking" se utiliza ampliamente en la empresa					
FACTOR DISEÑO DEL PRODUCTO						
P 4,1	Los requerimientos de los clientes son plenamente considerados en el diseño del producto.					
P 4,2	La empresa invierte en el diseño del producto.					
FACTOR GESTIÓN DEL PROVEEDOR						
P 5,1	La empresa ha establecido relaciones de cooperación a largo plazo con sus proveedores.					
P 5,2	La empresa posee información detallada acerca del desempeño de los proveedores en cuanto a la calidad.					
P 5,3	La calidad de los productos que los proveedores suministran a la empresa es adecuada.					
FACTOR CONTROL Y MEJORAMIENTO DEL PROCESO						
P 6,1	El proceso operativo en la empresa satisface los requerimientos de plazo de entrega de los clientes.					
P 6,2	Las instalaciones y la disposición física del equipo operativo en la empresa funcionan apropiadamente.					
P 6,3	Los equipos operativos de la empresa reciben buen mantenimiento.					
P 6,4	La empresa utiliza las siete herramientas de control de la calidad para el control y mejoramiento del proceso (diagrama de flujo, diagrama de Ishikawa o causa-efecto, lista de verificación, diagrama de pareto, histograma, gráficos de control, diagramas de relaciones)					
P 6,5	La empresa implementa el control de la calidad con eficacia.					
FACTOR EDUCACIÓN Y ENTRENAMIENTO						
P 7,1	La mayoría de empleados de la empresa reciben educación					



	y entrenamiento en cuanto a calidad.					
P 7,2	La mayoría de los empleados de la empresa son capaces de utilizar las herramientas para la gestión de la calidad					
P 7,3	Los empleados de la empresa se encuentran activamente involucrados en las actividades relacionadas con la calidad.					
P 7,4	La conciencia de los trabajadores de la empresa hacia la calidad es fuerte.					
FACTOR CÍRCULOS DE CALIDAD						
P 8,1	La empresa está capacitada para realizar círculos de calidad.					
P 8,2	La mayoría de los empleados de la empresa realiza actividades de círculos de calidad.					
P 8,3	Se utiliza las herramientas adecuadas para realizar los círculos de calidad en la empresa.					
P 8,4	La empresa ha obtenido ahorros por los círculos de calidad.					
FACTOR SATISFACCIÓN AL CLIENTE						
P 9,1	La empresa cuenta con medios para obtener información sobre los clientes.					
P 9,2	La empresa lleva a cabo una encuesta de satisfacción del cliente todos los años.					
P 9,3	El personal de todos los niveles de la empresa presta atención a la información sobre las quejas de los clientes.					
P 9,4	La empresa realiza una evaluación general de los requerimientos de los clientes.					



Anexo 3: Encuesta dirigido a clientes

ENCUESTA DIRIGIDO A CLIENTES

La presente encuesta tiene por finalidad obtener información sobre el nivel de calidad de servicio de los hoteles de tres estrellas, la misma que servirá para desarrollar el trabajo de investigación denominada: “NIVEL DE CALIDAD DE SERVICIO DE LOS HOTELES DE TRES ESTRELLAS DE LA CIUDAD DE ABANCAY 2018”. La información que se obtenga es confidencial y se utilizará solo para asuntos académicos, agradezco su amable colaboración.

En referencia a la atención recibida en este hotel, por favor señale con una X su opinión en relación con las siguientes afirmaciones, asignando el número del 1 a 5 que mejor represente su opinión.

CALIFICACIÓN N	PUNTAJE
Totalmente de acuerdo (TA)	5
De acuerdo (DA)	4
Neutral (N)	3
En desacuerdo (ED)	2
Totalmente en desacuerdo (TD)	1

Nota: Los valores del 1 al 5 significan:

1. **Género:**

Fecha: / /

Masculino _____ Femenino _

2. **Edad:**

a) 18 – 35 años b) 36 – 55 años c) 56 años a más

3. **Procedencia:**

a) Internacional b) nacional c) regional

Lugar de origen: _____



PNº	AFIRMACIÓN	PUNTAJE				
		TD	ED	N	DA	TA
		1	2	3	4	5
P 1	El hotel cuenta con una infraestructura en buen estado y moderna					
P 2	Las instalaciones físicas del hotel son visualmente atractivas					
P 3	Los empleados del hotel tienen aspecto pulcro y limpio					
P 4	Las instalaciones físicas y habitaciones están limpias					
P 5	Cuando el hotel se compromete a hacer algo por un tiempo determinado, lo hace.					
P 6	Cuando usted tiene un problema con algún aspecto del servicio, el hotel muestra un sincero interés en resolverlo.					
P 7	El hotel presta el servicio adecuado desde el primer momento					
P 8	El hotel presta los servicios en el momento en que se comprometió a hacerlo					
P 9	Los empleados de hotel rer dicen exactamente el momento cuándo se llevarán a cabo los servicios					
P 10	El hotel insiste en tener registros de los huéspedes libres de errores					
P 11	Los empleado del hotel nunca estan demasiado ocupados para responder a sus solicitudes					
P 12	Los empleados del hotel te dan un servicio rápido					
P 13	Los empleados del hotel siempre estan dispuestos a ayudarté					
P 14	El comportamiento de los empleados del hotel infunde confianza en los clientes					
P 15	Los empleados del hotel son siempre corteses con usted					
P 16	Los empleados del hotel cuentan con los conocimientos necesarios para responder a sus preguntas					
P 17	El hotel dispone de horarios de atención flexibles para todos sus clientes					
P 18	El hotel cuenta con empleados que le brindan atención personalizada					
P 19	El hotel pone un interes casi personal en satisfacer mis necesidades					
P 20	Los empleados del hotel comprenden sus necesidades específicas					
P 21	El hotel cuenta con empleados que son competentes					
P 22	Los empleados del hotel realizan las reservas de habitaciones fácilmente					



Anexo 4: Establecimientos de Hospedaje (hoteles) clasificado y/o categorizado con tres estrellas

INFORMACIÓN POR REGLAMENTO ART. 17ª

N° ORD	R.UC.	N° DE CERTIFICADO	FECHA DE EXPED. DE CERTIFIC	CLASE	CATEGORIA	RAZON SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL
1	20491051001	005-2012	11/12/2012	APART HOTEL	3 ESTRELLAS	APART-HOTEL EL PEREGRINO S.A.C.	"EL PEREGRINO"
3	20564304078	007-2014	13/10/2014	HOTEL	3 ESTRELLAS	INVERSIONES AUCAPAN A S.R.L.	"HOTEL DE TURISTAS DE ABANCAY"
4	20600421094	004-2017	2/08/2017	HOTEL	3 ESTRELLAS	SIBALL HOTEL S.R.L.	SIBALL HOTEL

Nota: DIRCETUR Abancay

Anexo 5: Formato para clasificación y categorización de hotel 3 estrellas



ANEXO N° 4 ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE FORMATO PARA CLASIFICACIÓN Y CATEGORIZACIÓN DE HOTEL 3 ESTRELLAS

1.- INFORMACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO:

1	Razón Social (Persona Jurídica) o Apellidos y Nombres (Persona Natural)		
2	Nombre Comercial	3	N° de RUC
4	Domicilio		
5	Dirección del Establecimiento	6	Número
7	Interior	8	Localidad
		9	Departamento
10	Provincia	11	Distrito
13	Página Web	12	Telefono
15	Representante Legal	14	e-mail
		16	Docum. Identidad: DNI <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/>

2- REQUISITOS MÍNIMOS:

A- REQUISITOS MÍNIMOS DE INFRAESTRUCTURA: (Según ANEXO 1 Norma Técnica A.30 Hospedaje del Numeral III.1 Arquitectura, del Título III Edificaciones, del Reglamento Nacional de Edificaciones-RNE- Decreto Supremo N° 006-2014-VIVIENDA, 13/05/2014).		
N° de Pisos:	<input type="text"/>	SI
17	Ingreso de huéspedes (Para uso exclusivo de los huéspedes separado del Ingreso de Servicios) Mínimo 1.	<input type="checkbox"/>
18	Recepción y Conserjería.	<input type="checkbox"/>
19	Cocina.	<input type="checkbox"/>
20	Comedor.	<input type="checkbox"/>
21	Bar.	<input type="checkbox"/>
22	N° de Habitaciones (Mínimo 20)	<input type="checkbox"/>
	- Simples, área mínima 11 m ²	<input type="checkbox"/>
	- Dobles, área mínima 14 m ²	<input type="checkbox"/>
	- Suite (Sala integrada al dormitorio), área mínima 24 m ² .	<input type="checkbox"/>
	- Suite (Sala separada del dormitorio), área mínima 26 m ² .	<input type="checkbox"/>
23	Servicios higiénicos (dentro de la habitación).	<input type="checkbox"/>
24	Tipo: 1 baño privado (con lavatorio, inodoro y ducha), área mínima de 3 m ² .	<input type="checkbox"/>
25	Closet o guardarropa (dentro de la habitación).	<input type="checkbox"/>
26	Sistemas de ventilación y/o de climatización (en la habitación).	<input type="checkbox"/>
27	Agua fría y caliente (Obligatorio para tina o ducha).	<input type="checkbox"/>
28	Sistema de comunicación telefónica (En habitación).	<input type="checkbox"/>
29	Ascensor de uso público a partir de 4 plantas (excluyendo sótano o semisótano).	<input type="checkbox"/>
30	Alimentación eléctrica de emergencia para los ascensores	<input type="checkbox"/>
31	Estacionamiento privado y cerrado. (porcentaje del 20 % del número de habitaciones).	<input type="checkbox"/>
32	Ambientes separados para equipos de generación de energía eléctrica y almacenamiento de agua potable.	<input type="checkbox"/>
Cantidad <input type="checkbox"/> Adjuntar documento en el que aparezca el detalle de cada habitación y baño con sus medidas correspondientes.		
33	Servicio higiénico de uso público (diferenciados por sexo, mínimo con 1 lavatorio y 1 modero).	<input type="checkbox"/>
34	Servicio de teléfono para uso público.	<input type="checkbox"/>
35	Zona de mantenimiento- Deposito.	<input type="checkbox"/>
36	Oficio(s).	<input type="checkbox"/>
B- REQUISITOS MÍNIMOS DE EQUIPAMIENTO		
37	Custodia de valores (individual en la habitación o caja fuerte común).	<input type="checkbox"/>
38	Internet.	<input type="checkbox"/>
39	Televisor en habitación.	<input type="checkbox"/>
40	Teléfono con comunicación nacional e internacional en habitación.	<input type="checkbox"/>
C- REQUISITOS MÍNIMOS DE SERVICIO		
41	Limpieza diaria de habitaciones y de todos los ambientes del Hotel.	<input type="checkbox"/>
42	Servicio de Lavado y planchado (en el hotel o a través de terceros)	<input type="checkbox"/>
43	Servicio de llamadas, mensajes internos y contratación de taxis.	<input type="checkbox"/>
44	Servicio de custodia de equipaje.	<input type="checkbox"/>
45	Primeros Auxilios (Botiquin). Según especificaciones técnicas del MINS.A).	<input type="checkbox"/>
46	Cambio regular de sábanas y toallas diario y cada cambio del huésped. (El huésped podrá solicitar que no se cambien regularmente de acuerdo a criterios ambientales u otros).	<input type="checkbox"/>
D- REQUISITOS MÍNIMOS DE PERSONAL		
47	Personal calificado (Definición contenida en el Reglamento).	<input type="checkbox"/>
48	Personal uniformado las 24 horas	<input type="checkbox"/>

En el caso de los requisitos de teléfono, televisor, internet u otros similares, se tendrá en cuenta la disponibilidad de la señal respectiva en el lugar donde se ubique el Hotel

Firma Representante Legal

Fecha:

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Apurímac



Anexo 6: Carta de Autorización de los ejecutivos de los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Abancay

Abancay, 31 de Octubre de 2018

AUTORIZACIÓN

Yo Jennyfer Azurin Sanchez..... Identificado con DNI N° 31045292....., administrador (a) del hotel turistas de Abancay, autorizo a la señorita Christ Mirella Bravo Chávez identificada con DNI N° 72655670, para aplicar su encuesta a los ejecutivos y clientes del hotel.


C.U. TURISTAS ABANCAY E.I.R.L.
Jennyfer Azurin Sanchez
REPRESENTANTE LEGAL
FIRMANTE
Firma

Abancay, 31 de Octubre de 2018

AUTORIZACIÓN

Yo Gilbert Bolanos Huilcahua..... Identificado con
DNI N° 9221989, administrador (a) del hotel Apart Hotel El Peregrino,
autorizo a la señorita Crist Mirella Bravo Chávez, identificada con DNI N°
72655670, para aplicar su encuesta a los ejecutivos y clientes del hotel.



Firma

Abancay, 2 de Noviembre de 2018

AUTORIZACIÓN

Yo Nosa Remilio Suardo Ballón..... Identificado con DNI N° 09062077 administrador (a) del hotel Sibali Hotel, autorizo a la señorita Christ Mirella Bravo Chávez identificada con DNI N° 72655670, para aplicar su encuesta a los ejecutivos y clientes del hotel.



Firma

Anexo 7: Validación de instrumentos de investigación científica.



UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC
 FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
 ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
 "Promotores de la Investigación científica y tecnológica en la Región Apurímac"

VALIDACION DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACION CIENTIFICA

I. INFORMACION GENERAL

1.1. DEL (LOS) EXPERTOS

Apellidos y Nombres: M.Sc. JOSUÉ HUAMANÍ CAYUJAHUA

1.2. DEL AUTOR DE INVESTIGACIÓN

Proyecto de Investigación: "Nivel de Calidad de Servicios de los Hoteles de Tres Estrellas de la Ciudad de Abancay 2018"

Responsable/s: CHRIST KIRELLA BRAVO CHAVEZ

Instrumento:

Cuestionario Formato de entrevista () Otros ()

1.3. FACTORES DE LA VALIDACION DE INSTRUMENTO

N°	INDICADORES	CRITERIOS	Coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach				
			Deficiente (0-20%)	Regular (21-40%)	Buena (41-60%)	Muy buena (61-80%)	Excelente (81-100%)
1	CLARIDAD	Formulación con lenguaje apropiado					80%
2	OBJETIVIDAD	Se expresa en conductas observables					85%
3	ACTUALIDAD	Acorda al avance de la ciencia y tecnología				80%	
4	ORGANIZACION	Muestra una organización lógica				80%	
5	SUFICIENCIA	Abarca los aspectos en cantidad y calidad				85%	
6	INTENCIONALIDAD	Apropiado para valorar aspectos de las estrategias					85%
7	CONSISTENCIA	Sustenta aspectos teóricos científicos					85%
8	COHERENCIA	Entre dimensiones, indicadores e índices					80%
9	METODOLOGIA	Responde al propósito del problema					75%
10	OPORTUNIDAD	Instrumento adecuado y oportuno					86%
TOTAL							85%

II. OPINION DE EXPERTO

Vistos el instrumento diseñado en relación con las variables, dimensiones, indicadores e índices y en cumplimiento con los arts. 25° y 35° ejecución dentro de los marcos de metodología de investigación científica del Reglamento General de Grados y Títulos-UNAMBA, el presente instrumento en todos sus contenidos para el proceso de levantamiento de información:

Se valida
 No se valida

Mgr. Adm. Josué Huamani Cayujahua
 DOCENTE AUXILIAR

Abancay, 15 de NOVIEMBRE del 2018

Firma y sello del experto

DNI:





UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC
 FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
 ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
 "Promotores de la investigación científica y tecnológica en la Región Apurímac"

VALIDACION DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACION CIENTIFICA

I. INFORMACION GENERAL

1.1. DEL (LOS) EXPERTOS

Apellidos y Nombres: ING. CONTRERAS SASAS LINTOL

1.2. DEL AUTOR DE INVESTIGACIÓN

Proyecto de Investigación: "ANÁLISIS DE CALIDAD DE SERVICIOS DE LAS EMPRESAS DE TRES EMPRESAS DE LA CIUDAD DE APUJAY 2018"

Responsable/s: CHRIST. NIRELLA EDUAR. CHAVEZ

Instrumento:

Cuestionario Formato de entrevista () Otros ()

1.3. FACTORES DE LA VALIDACION DE INSTRUMENTO

N°	INDICADORES	CRITERIOS	Coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach				
			Deficiente (0-20%)	Regular (21-40%)	Buena (41-60%)	Muy buena (61-80%)	Excelente (81-100%)
1	CLARIDAD	Formulación con lenguaje apropiado					84.00%
2	OBJETIVIDAD	Se expresa en conductas observables					85.00%
3	ACTUALIDAD	Acorde al avance de la ciencia y tecnología				80%	
4	ORGANIZACIÓN	Muestra una organización lógica					85%
5	SUFICIENCIA	Alcanza los aspectos en cantidad y calidad				80%	
6	INTENCIONALIDAD	Apropiado para valorar aspectos de las estrategias					85%
7	CONSISTENCIA	Sustenta aspectos teóricos científicos					85%
8	COHERENCIA	Entre dimensiones, indicadores e índices					84%
9	METODOLOGIA	Responde al propósito del problema					85%
10	OPORTUNIDAD	Instrumento adecuado y oportuno					85%
TOTAL							83.5%

II. OPINION DE EXPERTO

Vistos el instrumento diseñado en relación con las variables, dimensiones, indicadores e índices y en cumplimiento con los arts. 25° y 35° ejecución dentro de los marcos de metodología de investigación científica del Reglamento General de Grados y Títulos-UNAMBA, el presente instrumento en todos sus contenidos para el proceso de levantamiento de información:

Se valida
 No se valida

Ingrid Contreras Sasas Lintol
 Firma y sello de experto

Abancay, 13 de AGOSTO del 2017

