



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA AMAZONIA PERUANA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

## **TESIS**

**“GESTIÓN DE CALIDAD HOTELERA Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN  
DEL CLIENTE EN LA CIUDAD DE YURIMAGUAS, AÑO 2018”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TURISMO**

**AUTOR:**

**JAMES AUGUSTO GRANDEZ RUIZ**

**ASESOR:**

**LIC. NIT. RILKE CHONG VELA**

**IQUITOS – PERÚ**

**2018**

**MIEMBROS DEL JURADO**



**LIC.ADM. VICTOR RAÚL REÁTEGUI PAREDES, Mgr.**  
Presidente  
CLAD-01966



**LIC.ADM. JORGE LUIS MERA RAMIREZ, Mgr.**  
Miembro  
CLAD-01950



**LIC.ADM. OMAR ALAIN SALDAÑA ACOSTA**  
Miembro  
CLAD-04187



**LIC.NIT. RILKE CHONG VELA, Mgr.**  
Asesor  
CLAD-22275



# UNAP

Universidad Nacional de la Amazonía Peruana

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS  
FACEN

"OFICINA DE ASUNTOS ACADÉMICOS"



## ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Iquitos, a los 20 días del mes de MAYO del 2019, siendo las 11:00 am de acuerdo a lo establecido en la Resolución Decanal N° 0559 2019-FACEN-UNAP, se constituyeron en el Auditorio de esta Facultad, el Jurado de la tesis, integrado por los docentes: LIC.ADM. VICTOR RAUL REATEGUI PAREDES, Mgr. (Presidente), LIC.ADM. JORGE LUIS MERA RAMIREZ, Mgr. (Miembro) y el LIC.ADM. OMAR ALAIN SALDAÑA ACOSTA (Miembro), y se dio inicio al acto para escuchar la sustentación pública de la tesis: "GESTION DE CALIDAD HOTELERA Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA CIUDAD DE YURIMAGUAS, AÑO 2018", presentado por el bachiller en Negocios Internacionales y Turismo JAMES AUGUSTO GRANDEZ RUIZ, para optar el Título Profesional de LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TURISMO, que otorga la Universidad de acuerdo a la Ley y al Estatuto vigente.

Después de haber escuchado con mucha atención y formulado las preguntas necesarias, las cuales fueron respondidas en forma SATISFACTORIA

El Jurado luego de las deliberaciones correspondientes en privado, llegó a la conclusión siguiente:

La Tesis ha sido: APROBADA POR MAYORIA

Siendo las 12:50 pm se dio por terminado el acto PUBLICO

Agradeciendo al sustentante por su exposición.

LIC.ADM. VICTOR RAUL REATEGUI PAREDES, Mgr.  
Presidente

LIC.ADM. JORGE LUIS MERA RAMIREZ, Mgr.  
Miembro

LIC.ADM. OMAR ALAIN SALDAÑA ACOSTA  
Miembro

*Somos la Universidad licenciada más importante de la Amazonía del Perú, rumbo a la acreditación*

Calle Nanay N°352-356- Distrito de Iquitos – Maynas – Loreto  
<http://www.unapiquitos.edu.pe> - e-mail: [facenunap@yahoo.es](mailto:facenunap@yahoo.es)  
Teléfonos: #065-234364 / 065-243644 - Decanatura: #065-224342 / 944670264



## **Dedicatoria**

A Dios, por darme las fuerzas necesarias para seguir adelante a pesar de las dificultades que se puedan presentar en el camino, guiándome en el transcurso de mi formación profesional.

A mis padres; James Grández Paredes y Carola Ruiz Cainamari, por su apoyo incondicional ya que ustedes me enseñaron que con su amor y anhelo soy capaz de lograr hasta lo imposible.

A mi pareja Erika Soledad Castro Calvay e hija Lía Aitana Grandez Castro, personas que me motivan día a día a salir adelante, siempre apoyándome en la buenas y malas en el transcurso de mi carrera y finalmente dar por concluida mi tesis profesional.

## **Agradecimiento**

Quiero brindar un afectuoso agradecimiento a toda la plana docente de la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana (UNAP) Escuela de Negocios Internacionales y Turismo - Yurimaguas, por haber hecho posible mi desarrollo profesional en esta carrera tan apasionante y promisoriosa

Son muchas las personas que han contribuido al proceso y conclusión de este arduo trabajo; quiero agradecer a Rilke Chong Vela, asesor de esta tesis quien fue el primero que creyó en este proyecto, me apoyo de manera personal e institucional y me alentó a que concluyera esta investigación.

De igual manera mi sincero agradecimiento a todos mis maestros, las cuales nos han brindado sus conocimientos prácticos, en el manejo de los negocios, siendo pacientes y desprendidos en todo momento durante el desarrollo de las labores realizadas; por su tiempo, dedicación, paciencia, apoyo incondicional y por haberme facilitado y compartido cada una de sus experiencias que han ido adquiriendo de manera práctica en su labor cotidiana, ustedes que son parte de este proceso integral de formación, que deja como producto terminado esta tesis, que perdurara dentro de los conocimientos y desarrollo de las demás generaciones que están por llegar.

Finalmente agradecer a todos que en forma directa o indirecta colaboraron en la realización de mi presente tesis profesional.

## Índice

Jurado .....	ii
Dedicatoria .....	iv
Agradecimiento .....	v
Índice .....	vi
Resumen .....	vii
Abstract .....	viii
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	5
1.1. Antecedentes.....	5
1.2. Bases Teóricas .....	9
1.3. Definición De Términos Básicos.....	23
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES .....	25
2.1 Formulación De La Hipótesis.....	25
2.2 Variables Y Su Operacionalización.....	25
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA .....	27
3.1. Tipo Y Diseño.....	27
3.2. Diseño Muestral.....	28
3.3. Procedimientos De Recolección De Datos .....	29
3.4. Procesamiento Y Análisis De Datos.....	30
3.5. Aspectos Éticos.....	30
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	31
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN.....	43
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES .....	44
CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES .....	45
CAPÍTULO VIII: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	46
ANEXOS	

## Resumen

En la investigación denominada: “Gestión de calidad hotelera y su relación con la satisfacción del cliente en la ciudad de Yurimaguas, año 2018” tuvo como objetivo principal establecer el grado de relación existe entre las variables en estudio, por lo que se ha optado por una investigación de tipo descriptiva correlacional de diseño no experimental, tomando en cuenta una población de 1037 personas, para la cual se ha extraído una muestra de 207 turistas, quienes fueron encuestadas a través de un cuestionario de preguntas, llegando de tal forma a las siguientes conclusiones: se ha logrado determinar que la gestión de calidad hotelera en la ciudad de Yurimaguas es inadecuada (42%) y en cierta medida es calificada como regular (38%). Asimismo, se ha logrado determinar que el nivel de satisfacción de los clientes en cuanto al servicios ofrecido por lo hoteles de la ciudad de Yurimaguas, evidencia niveles bajos (45%) y un cierto porcentaje de nivel regular (35%). Finalmente se logra determinar que la gestión de calidad hotelera se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en la ciudad de Yurimaguas, año 2018, instancia que es corroborada por un coeficiente de correlación de 0,869 y un el grado de significancia de 0,000 la cual es menor a 0,05 por lo que se rechaza la  $H_0$  y se acepta la  $H_1$ .

**Palabras clave:** Gestión de calidad hotelera; Satisfacción del cliente; Turismo.

### **Abstract**

In the research entitled "Hotel quality management and its relationship with customer satisfaction in the city of Yurimaguas, 2018", the main objective was to establish the degree of relationship between the variables under study, which is why we opted for a descriptive correlational type research of non-experimental design, taking into account a population of 1037 people, for which a sample of 207 tourists has been extracted, who were surveyed through a questionnaire of questions, arriving in such a way to the following conclusions: it has been determined that hotel quality management in the city of Yurimaguas is inadequate (42%) and to some extent qualified as regular (38%). Likewise, it has been determined that the level of customer satisfaction regarding the services offered by the hotels in the city of Yurimaguas, shows low levels (45%) and a certain percentage of the regular level (35%). Finally, it is determined that hotel quality management is significantly related to customer satisfaction in the city of Yurimaguas, 2018, an instance that is corroborated by a correlation coefficient of 0.869 and a degree of significance of 0.000, which is lower to 0.05 so the  $H_0$  is rejected and the  $H_1$  is accepted.

**Keywords: Hotel quality management; Customer satisfaction; Tourism.**



## INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el sector hotelero se encuentra en un entorno competitivo, debido a diversos factores como la globalización y los avances tecnológicos, ello ha generado preocupación en los empresarios para encontrar la forma de satisfacer las necesidades de los clientes; ante ello diversas organizaciones se han visto en la obligación de implementar nuevos modelos de gestión de relaciones, fidelización y lealtad, siendo la gestión de calidad un componente importante en el rubro hotelero, ya que esta direccionada a mejorar continuamente, incrementar la satisfacción del cliente y cumplir con las condiciones que exige el mercado, pues se encuentra integrada por estrategias que permiten permanecer en el mundo competitivo.

Las empresas hoteleras al manejar una adecuada gestión de calidad, son capaces de alcanzar la satisfacción del cliente, lograr la fidelización, incrementar su rentabilidad de inversión, además tienen ventaja competitiva sobre las demás, por ello es importante ofrecer un servicio de calidad, ya que genera una relación positiva entre la satisfacción del consumidor, la calidad de servicio, la intencionalidad de compra y recomendación posterior, evidenciando de esta manera la necesidad de imponer políticas de calidad en este tipo de establecimientos. (Cahuaya y Ñahuicopa, 2016, p. 12)

El cliente tiene necesidades y deseos, de los cuales muchas veces no siempre está consciente, estas necesidades deben ser identificadas y consideradas por las empresas, de ese modo diseñar y ofrecer servicios que logren su satisfacción.

En el Perú el sector hotelero tiene un futuro promisorio, con el ingreso de nuevas inversiones y la finalización de proyectos que a la actualidad están en marcha, el crecimiento turístico, el fortalecimiento del turismo interno y la fuerte demanda del segmento corporativo garantizan la rentabilidad del negocio hotelero en los próximos años. Sin embargo, existen hoteles que tienen problemas en gestión de calidad, ello no les ha permitido crecer y expandirse, al contrario, ha generado el estancamiento del negocio.

Un claro caso es la que enfrenta el Hotel Hacienda de la provincia de Angaraes del departamento de Huancavelica, este hotel está constituida por familiares, operan de

forma empírica, por lo tanto la falta de conocimientos de calidad de servicios son obstáculos que no permiten lograr la satisfacción de los clientes, asimismo existe un alto nivel de desmotivación en el personal, quienes a su vez no cuentan con condiciones óptimas y adecuadas en términos laborales, provocando la incomodidad de algunos clientes y que estos busquen otros establecimientos para su estadía. (Castro, 2015, p. 2)

El cliente que visita un hotel, busca un servicio de calidad, donde encuentre seguridad, tranquilidad, descanso y confort, por ello es importante que las empresas que se dedican al rubro hotelero en especial, manejen una gestión de calidad, de ese modo utilizar técnicas y aplicar estrategias efectivas para lograr un servicio de excelencia, pero sobre todo que le permita al colaborador estar consciente de la necesidad de brindar una atención de calidad.

Yurimaguas es un lugar con atractivos turísticos, posee una variedad ecológica, y paisajista que incentiva a los visitantes querer conocer, ello ha generado que los últimos años se incremente el número de turistas, es allí donde nace la necesidad de aumentar los hoteles en la ciudad, pues son los encargados de brindar servicios básicos y necesarios a los visitantes, como alojamiento, alimentación y otros servicios, a cambio de una transacción monetaria. Sin embargo, la mayoría de los hoteles existentes no manejan una correcta gestión de calidad, ya que la infraestructura y la atención piden mejoras, pues hoy en día los clientes no se conforman con cualquier servicio; ya que tienen muchas más ofertas donde elegir. El precio no es determinante, pero si los servicios que satisfagan sus necesidades. Por ello las empresas tienen que ser más competitivas, para lograrlo debe añadir valor para los clientes, que sean ventajas apreciadas por los consumidores. En este contexto se plantea la presente investigación, pues se pretende conocer la gestión de calidad desarrollada por los hoteles de la ciudad de Yurimaguas, y de qué manera esta contribuye con la satisfacción del cliente.

### **Formulación del propósito de la investigación**

#### **Pregunta general**

¿Cuál es la relación entre la gestión de calidad hotelera y la satisfacción del cliente en la ciudad de Yurimaguas, año 2018?

#### **Problemas específicas**

- ¿Cuál es el desarrollo de la gestión de calidad hotelera en la ciudad de Yurimaguas, año 2018?
- ¿Cuál es el nivel de satisfacción del cliente en cuanto al servicio hotelero de la ciudad de Yurimaguas, año 2018?
- ¿Cuál es el grado de relación entre la gestión de calidad hotelera y la satisfacción del cliente en la ciudad de Yurimaguas, año 2018?

#### **Objetivos de la investigación**

##### **Objetivo general**

Evaluar la gestión de calidad hotelera y su relación con la satisfacción del cliente en la ciudad de Yurimaguas, año 2018.

##### **Objetivos específicos**

- Analizar la gestión de calidad hotelera que se desarrolla en la ciudad de Yurimaguas, año 2018.
- Conocer el nivel de satisfacción del cliente en cuanto al servicio hotelero de la ciudad de Yurimaguas, año 2018.
- Establecer el grado de relación entre la gestión de calidad hotelera y la satisfacción del cliente en la ciudad de Yurimaguas, año 2018.

El presente estudio se justifica teóricamente puesto que se utilizarán teorías centradas en evaluar cada una de las variables, es decir se ha tomado la teoría de Durán (2006) para evaluar la gestión de calidad hotelera, puesto que mencionado autor propone evaluar la variable a través de cuatro componentes; por otro lado, se ha tomado la teoría de Camisón, Cruz, y Gonzáles (2006) para evaluar la satisfacción del cliente pues establece 22 atributos conocer la percepción de los clientes.

En cuanto a la metodología utilizada tiene un enfoque cuantitativo, pues se conocerá el comportamiento de las variables a través de procesamiento estadísticos que ofrecerán un nivel de eficiencia de la gestión y el nivel de satisfacción, sin duda alguna se ha observado la problemática sobre la gestión de calidad en el rubro hotelero, la cual se relaciona indistintamente con la satisfacción del cliente por lo que se pretende establecer la relación entre las variables en estudio.

En cuanto a la justificación práctica se pretende evaluar cada una de las variables a través de un cuestionario de preguntas que ha sido formulada a base de los indicadores de cada variable, de tal forma los instrumentos han sido adaptadas a la realidad del rubro hotelero en la ciudad de Yurimaguas.

## CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

### 1.1. Antecedentes

#### Antecedentes internacionales

Betinez (2010) en su tesis de investigación titulado: “*La calidad del servicio en la industria Hotelera*”, tuvo como objetivo general profundizar la investigación sobre a calidad de servicio en las diferentes áreas que reúne un hotel, el tipo de investigación es de carácter descriptivo, con una población de 408 turistas, en tres empresas hoteleras como: Buenaventura, Catarina y Gran Hotel Costa Meloneras, la recolección de datos que se aplicó es el cuestionario, en donde se concluye que la calidad de servicio es la clave para tener éxito empresarial en un lugar competitivo, sobre todo en las empresas hoteleras; ya que para mejorar la calidad de servicio en las empresas hoteleras se requiere del compromiso y el esfuerzo de todos los colaboradores y administradores, por otro lado es importante la fidelización de los clientes que llegan a los hoteles brindarles buena atención y responder todas sus dudas y necesidades ya que ellos puedan transmitir mensajes positivos a sus familiares y amistades. Además, se obtiene que la componente más importante es el precio de la habitación.

Santomá (2014) en su tesis titulada: “*Aspectos de gestión en la calidad de servicio*”, tuvo como objetivo general fundamentar un nuevo modelo turístico español que va de la mano del desarrollo sostenible y competitivo a mediano y largo plazo, el tipo de investigación es de carácter descriptivo, teniendo como muestra a los 236 hoteles que buscan brindar un mejor servicio de calidad, como instrumento se utilizó la encuesta, entrevista y la observación, en la que se concluye que los servicios tienen una serie de características propias que en las que se deben aplicar políticas y normas de calidad tanto en el sector privado y público, además la existencia del día a día la demanda de clientes viene en aumento, es por ello que también deben cambiar las estrategias y las necesidades de revisar el modelo de gestión. Asimismo, existe relación significativa entre las variables calidad de servicio y satisfacción del cliente.

Joubert (2015) en su investigación de tesis titulada: “*Los sistemas de gestión de calidad en el sector hotelero: perspectivas y desafíos para su implementación en hoteles de la ciudad de Neuquén*”, tuvo como objetivo principal de indagar las posibles potencialidades y la gran factibilidad de aplicar un buen sistema de gestión de calidad en los hoteles de la ciudad de Neuquén, el tipo de investigación es de carácter descriptivo, porque consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno de un individuo o un grupo determinado, la población estuvo conformada por 28 personas que trabajan dentro del hotel en sus diferentes áreas, los instrumentos utilizados fueron la entrevista y la información proporcionada, asimismo se llegó a las siguientes conclusiones; que en la totalidad de hoteleros de la ciudad de Neuquén, está muy lejos de ser una ciudad turística ya que todavía le falta, a pesar de sus grandes esfuerzos que le pueda poner, le falta ser más promocionada para que así pueda tener más acogida y pueda desarrollarse mejor con el tiempo; sin embargo, se determinó que la mayoría de encargados que dirigen las empresas hoteleras no tienen un conocimiento específico de los SGC y también no tienen las suficientes bases para poder plantear un proceso de implementación, por que resuelven sus problemas del momento; por lo tanto el reto de la ciudad de Neuquén en los siguientes años será estimular y promover a los empresarios de turismo y hotelera.

#### **Antecedentes nacionales**

Cahuaya y Ñahuicopa (2016) en su tesis denominada: “*Influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente del hotel la hacienda en la provincia de Angaraes 2015*”, tuvo como objetivo general determinar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente del Hotel la hacienda en la provincia de Angaraes, el tipo de investigación es cualitativa, en donde se busca establecer la relación de satisfacción y la calidad de servicio al cliente, la población y muestra estuvo conformada por todos los huéspedes del hotel la hacienda que se alojaron el mes de noviembre del 2015 un total de 66 huéspedes, para los instrumentos se ha utilizado el cuestionario, en donde se concluye que en el hotel La Hacienda de la provincia de Angaraes la satisfacción es 55% lo que significa que el huésped se

siente satisfecho, ya la calidad de servicio y la satisfacción del clientes influyen es de manera directa; es decir que según la recopilación de información y la prueba de significación ejecutada bajo el estadístico de correlación de Spearman se prueba que las variables son significativas en conjunto e individualmente.

Ramírez y Requejo (2016) en su tesis denominada: "*Baja calidad del servicio en atención al cliente en los hoteles de tres estrellas de los distritos de Tarapoto y la Banda de Shilcayo*", tuvo como objetivo general en analizar el nivel de calidad de servicio en la atención al cliente en los hoteles de 3 estrellas de los distritos mencionados, el tipo de investigación es descriptiva, la población y muestra se ha considerado a 6 hoteles de tres estrellas existentes en el distrito de Tarapoto y la banda de shilcayo, conforme a las estadísticas de la DIRCETUR 2014, asimismo se concluyó que, existe una baja calidad de servicio de atención al cliente en la cual se debe al clima organizacional inadecuado, falta comunicación interna y la falta de capacitación del personal, influyendo negativamente en la evaluación de los hoteles; asimismo sin una buena comunicación dentro de las empresas hoteleras siempre existirá personal mal informado, ideas que no serán tomados en cuenta, muchas dudas y un servicio que no lograra satisfacer al huésped.

Ortiz y Rivera (2015) en tesis denominado: "*Relación entre los estilos de liderazgo y la calidad del servicio prestado en hoteles categorizados de tres estrellas en el Alto Mayo - 2015*" tuvo como objetivo principal determinar la relación que existe entre los estilos de liderazgo y la calidad de servicio de estos hoteles ya mencionados, el tipo de investigación es descriptiva relacional, para la población y muestra 170 entre usuarios, colaboradores y directivos de los hoteles categorizados de tres estrellas del Alto Mayo, los tipo de instrumento que se aplico es la encuesta, en donde se concluyó que; el estilo de liderazgo identificados como es el caso de estos hoteles de tres estrellas en Alto Mayo, según el Modelo del Grid Gerencial es Autocrático, tomando en cuenta que existe una "zona de tolerancia" para la satisfacción de un servicio, además se halló que la calidad de los servicios en hoteles de tres estrellas en el Alto Mayo es aceptable.

### **Antecedentes locales**

Silva y Cainamary (2017) en tesis denominada: “*Análisis del marketing mix de los servicios del hotel Casa Morey en el año 2017*”, tuvo como objetivo general en determinar las características de esta empresa hotelera Casa Morey y de esta manera le puedan dar ventaja competitiva a sus productos, su precio, publicidad entre otros más, el tipo de investigación es no experimental, con una población y muestra se ha considerado una unidad en este caso el hotel, para los instrumentos se ha considerado realizar una encuesta, procesador y entrevistas, se llegó a las siguientes conclusiones que: los clientes o pasajeros como producto principal de hotel, han considerado un 76% bueno y un 26% excelente; en cuanto a los precios los clientes que utilizaron los servicios consideran un 15% caros y un 65% son accesibles; la representación que los clientes tienen con respecto al recojo del aeropuerto, 19% consideran excelente y 81% bueno, dándonos la posibilidad de mantener el producto; asimismo es importante aplicar estas estrategias para brindar una buena satisfacción al cliente con un buen servicio ya que ellos son los observadores y desde su percepción nos puedan dar un alcance de las falencias que pueda estar teniendo la empresa hotelera.

Díaz y Lama (2015) en su investigación de tesis titulada: “*Estudio de la satisfacción de los turistas extranjeros que visitan el poblado de barrio florido y alrededores, periodo 2014*”, tuvo como objetivo determinar el nivel de satisfacción de los turistas extranjeros que visitan el poblado de barrio florido y sus alrededores, el tipo de investigación se ha considerado descriptiva ya que se tendrá que describir las principales características de la variable en estudio, en la población ha sido conformada por los turistas extranjeros que visitaron el poblado de Barrio Florido, los instrumentos fueron las encuestas y entrevistas, en donde se concluye que el nivel de satisfacción de acuerdo con las expectativas del turista sobre el servicio brindado, significa que el nivel de satisfacción es el 40% que se sintieron algo satisfechos, lo que nos aclara que se logró satisfacer una parte de sus expectativas; por otro lado con respecto a la calidad de servicio recibido se obtuvo que la cifra con mayor nivel es “muy satisfechos”, esto se debe gracias a la confiabilidad, protección de los recursos naturales, buena atención y seguridad.



Luper y Santillán (2018) en sus tesis denominado: “*Percepción de los pasajeros y usuarios de los servicios del Hotel Boutique Yamila E.I.R.L de la ciudad de Nauta al año 2017*”, tuvo como objetivo determinar las características que tiene la empresa Boutique Yamila con el fin de que le puedan dar ventaja competitiva a sus productos, el tipo de investigación es descriptiva correlacional, con una población y muestra se ha considerado una unidad entre los pasajeros y usuarios del Hotel de la ciudad de Nauta, el instrumento utilizado fueron las encuestas, entrevistas y procesador; en donde se concluye que los resultados que salieron en la investigación de acuerdo a las encuestas realizadas entre los usuarios y pasajeros de los servicios del hotel nos indican que 55 pasajeros que consideran el 42% han conocido del hotel por las recomendaciones de sus pasajeros, 46 pasajeros que representan el 36% se han enterado por la página web y 29 pasajeros que representan el 22% han conocido del hotel por las agencias de viajes, con respecto a los precios brindados en el hotel, el 94% de los usuarios consideran que precios son “Accesibles” y el 6% lo consideran como “Caro”, por lo tanto es una ventaja competitiva para el Hotel Boutique Yamila EIRL de la ciudad de Nauta.

## **1.2. Bases teóricas**

### **1.2.1. Gestión de calidad hotelera**

El concepto y aplicación de la gestión de la calidad, como todo, ha ido evolucionando. Comenzó aplicándose únicamente a la producción industrial y ha ido extendiéndose a todas las empresas, tanto de productos como de servicios. En tanto para una mejor comprensión de las variables iniciaremos definición aspectos básicos.

#### **Gestión**

Por su parte Ogalla (2005) en un tanto económico considera que la gestión es utilizada como “herramienta que permite controlar los efectos económicos y no económicos de la actividad de la empresa” (p. 1). En pocas palabras la gestión es ejercida por una persona que se encarga de

manejar a la brevedad conocimientos ciertos y reales de lo que esta pasando en la organización, saberes que le permite planificar en cierta medida lo que puede pasar en un futuro.

Asimismo, Rotonda (2007) describe que la gestión comprende la “ejecución de acciones que debemos llevar adelante para resolver nuestros problemas, para satisfacer las necesidades y demandas que nos propusimos encarar como organización” (p. 4). Por lo que la gestión no solo depende de una sola persona, pues el desarrollo de los objetivos y el cumplimiento de las metas depende de cada una de las personas que componen la organización, ya que la gestión desde un principio nada de una idea que es consolidada por el resto de personas que la integran.

En la misma línea, Guerrero (2013) considera que “la gestión es la acción o actividad que desarrollan los jefes y directivos en la organización, con el objetivo de incrementar la eficiencia y la productividad, mediante el cumplimiento de metas y objetivos”

(p. 34). Por lo tanto, en cuanto a la acción empresarial la gestión engloba o se encarga de manejar todos los componentes de la empresa, es decir la parte económica financiera, talento humano, producción, entre otras áreas que sustancialmente están relacionadas.

Pues de acuerdo a la percepción de diversos autores, cabe recalcar que la gestión es sino más que la ejecución eficiente de los procedimientos administrativos de la empresa, la cual cae la responsabilidad sobre cada uno de los jefes de la misma.

### **Calidad**

En cuanto a la calidad Llamas (2015) por su parte considera que dicho aspecto debe ser tratado desde dos vertientes o dos puntos de vista: “la calidad como atributo fundamental de la valoración de nuestros productos/servicios según son percibidos por nuestros clientes, originando

un nivel de satisfacción determinada, y la calidad como instrumento para la gestión” (p. 51). Por tanto, es indispensable que inicialmente la calidad sea gestionada adecuadamente para tener como resultados una excelente percepción de los clientes, generando así mayor grado de satisfacción en cuanto al producto y/o servicio que ofrece la empresa.

Por otro lado, Cuatrecasa y Gonzáles (2017) defina la calidad como “el conjunto de características que posee un producto o servicio, así como su capacidad de satisfacción de los requerimientos del usuario” (p. 17). Lo que supone que dicho producto/servicio cumpla con las funciones y especificaciones para lo que ha sido creada, las que tiene como fundamento los requerimiento del cliente.

En la misma línea, Tarí (2000) considera que la calidad del producto o servicio;

Se convierte en objetivo fundamental de la empresa; pero si bien con la visión tradicional se trataba de conseguir a través de una función de inspección en el área de producción, en el enfoque moderno la perspectiva se amplía, considerando que va a ser toda la empresa la que va a permitir alcanzar esta meta, fundamentalmente a través de la prevención. (p. 22)

De tal forma la calidad dispone las características necesarias que debe presentar un producto o servicio para ser comercializada en el mercado, siendo esta certificada para su total calidad, y por supuesto la calidad tiene un objetivo principal que el satisfacer las necesidades de los clientes, quienes a través de su percepción se determina el nivel de calidad exigida.

### **Gestión de calidad**

Por su parte Cuatrecasa y Gonzáles (2017) consideran que la gestión de la calidad “no es solo una característica de los productos y servicios, si no que alcanza el nivel estratégico global de la empresa” (p. 19). De tal forma

comprende el procedimiento de buscar la ventaja competitiva y la satisfacción plena de las necesidades y expectativas de los clientes.

Por otro lado, Tarí (2000) fundamenta la gestión como dirección de la calidad la cual implica la implementación de un sistema de calidad pues sugiere;

Un cambio en la organización que debe fundamentarse en el compromiso de la alta dirección, responsable de crear una visión de futuro y desarrollar una estrategia que comunicará a toda la organización, con la finalidad de conseguir los objetivos de la calidad. (p. 70)

Por lo que en gran medida la correcta gestión de todos los aspectos relacionados con la calidad comprende la planificación, diseño y desarrollo de servicios y procesos en el marco de una organización y gestión de talento humano para la calidad, así como la adecuada implementación y control de la calidad y su certificación final.

Asimismo, Camisón, Cruz, y Gonzáles (2006) consideran que la gestión de la calidad se utiliza para describir un “sistema que relaciona un conjunto de variables relevantes para la puesta en práctica de una serie de principios, prácticas y técnicas para la mejora de la calidad” (p. 211).

De tal forma Camisón, Cruz, y Gonzáles (2006) consideran que una de las más importantes organizaciones de normalización de calidad es las Normas ISO ya que es el mayor desarrollador de estándares de calidad del mundo, siendo activa en satisfacer las necesidades de estandarización de la calidad en las tres dimensiones de desempeño (económico, medioambiental y social).

**ISO**

ISO (la Organización Internacional de Normalización) es una federación mundial de organismos nacionales de normalización (organismos miembros de ISO). El trabajo de preparación de las normas internacionales normalmente se realiza a través de los comités técnicos de ISO. Cada organismo miembro interesado en una materia para la cual se haya establecido un comité técnico, tiene el derecho de estar representado en dicho comité. Las organizaciones Internacionales, públicas y privadas, en coordinación con ISO, también participan en el trabajo. ISO colabora estrechamente con la Comisión Electrotécnica Internacional (CEI) en todas las materias de normalización electrotécnica. (Organización Internacional de Normalización - ISO, 2000)

Las Normas Internacionales son editadas de acuerdo con las reglas establecidas en la Parte 3 de las Directivas ISO/CEI. Los Proyectos de Normas Internacionales (FDIS) adoptados por los comités técnicos son enviados a los organismos miembros para votación. La publicación como Norma Internacional requiere la aprobación por al menos el 75% de los organismos miembros requeridos a votar. (Durán, 2006)

Por su parte Martínez (2010) considera que las normas ISO 900 son un “conjunto de directrices internacionales para la gestión de la calidad que, desde su publicación en 1987, han obtenido una reputación global como base para el establecimiento de sistemas de gestión de calidad” (p. 23).

Se llama la atención sobre la posibilidad de que algunos de los elementos de esta Norma Internacional puedan estar sujetos a derechos de patente. ISO no asume la responsabilidad por la identificación de cualquiera o todos los derechos de patente. “La Norma Internacional, ISO 9001, fue preparada por el Comité Técnico ISO/TC 176, Gestión y Aseguramiento de la Calidad, Subcomité SC 2, Sistemas de la Calidad” (Durán 2006, p. 63).

En tanto, tomando en cuenta como base a mencionados requisitos, la norma internacional promueve la adopción de un enfoque basado en procesos cuando se desarrolla, implementa y mejora la eficacia de un sistema de gestión de la calidad, para aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos. (Durán, 2006)

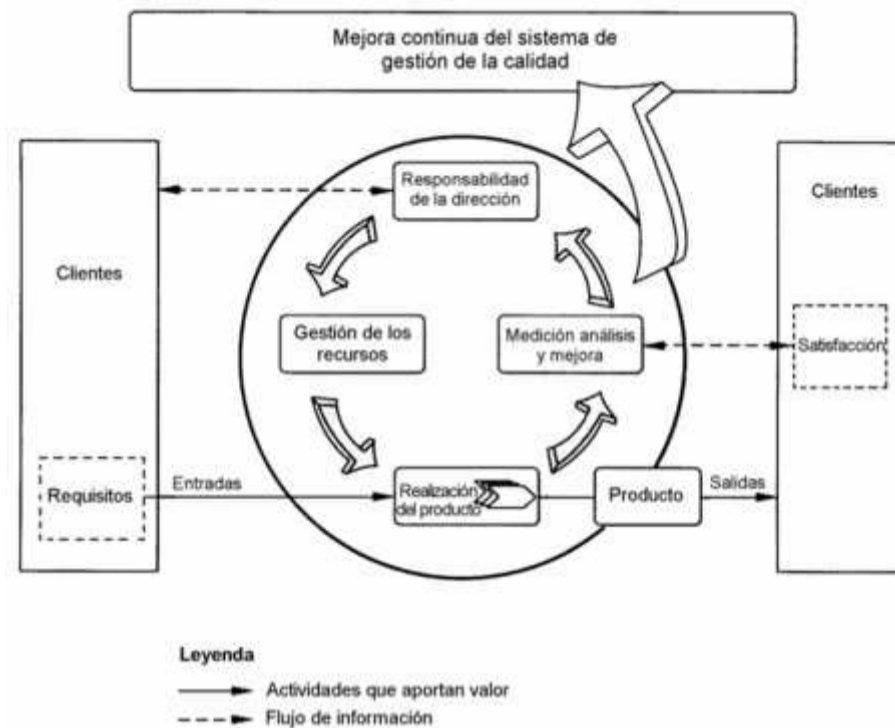


Diagrama 1: Modelo de gestión de calidad basado en la norma ISO 9000

De acuerdo a ello cabe recalcar que los clientes juegan un papel significativo para definir los requisitos como elementos de entrada. El seguimiento de la satisfacción del cliente requiere la evaluación de la información relativa a la percepción del cliente acerca de si la organización ha cumplido sus requisitos.

### **Evaluación de la gestión de calidad hotelera**

Por su parte Durán (2006) considera ideal la utilización del sistema de gestión de calidad en el sector hotelero, tomando en cuenta las certificaciones que se les otorga a estas empresas, es idóneo la evaluación

de los requisitos que establece la norma ISO 9001:2000 la cual “orienta diversos requisitos del sistema de gestión de la calidad, que puede usar una organización, para demostrar su capacidad de satisfacer las necesidades de los clientes” (p. 74).

Los requisitos de la norma ISO 9001:2000 se estructura en cuatro (4) apartados, las que se describen a continuación:

1. Responsabilidad de la dirección
2. Gestión de los recursos
3. Realización del productos o servicio
4. Medida, análisis y mejora

Cabe recalcar que dicha norma especifica los requisitos para un sistema de gestión de la calidad, cuando una organización;

Necesita demostrar su capacidad para proporcionar de forma coherente productos que satisfagan los requisitos del cliente y los reglamentarios aplicables, y aspira a aumentar la satisfacción del cliente a través de la aplicación eficaz del sistema, incluidos los procesos para la mejora continua del sistema y el aseguramiento de la conformidad con los requisitos del cliente y los reglamentarios aplicables. (ISO, 2000, p. 9)

Por lo que cada requisito comprende una serie de aspectos, las que se describen a continuación:

#### **A. Responsabilidad de la dirección**

Comprende aspectos que deben aplicar principalmente ante la gestión de calidad de los servicios hoteleros. (Durán, 2006)

- *Compromiso de la dirección:* La alta dirección debe proporcionar evidencia de su compromiso con el desarrollo e implementación del sistema de gestión de la calidad, así como con la mejora continua de su eficacia.

- *Enfoque al cliente:* La alta dirección debe asegurarse de que los requisitos del cliente se determinan y se cumplen con el propósito de aumentar la satisfacción del cliente.
- *Política de la calidad:* La alta dirección debe asegurarse de que la política de la calidad, es adecuada al propósito de la organización, incluye un compromiso de cumplir con los requisitos y de mejorar continuamente la eficacia del sistema de gestión de la calidad, proporciona un marco de referencia para establecer y revisar los objetivos de la calidad, es comunicada y entendida dentro de la organización, y es revisada para su continua adecuación.
- *Planificación:* La alta dirección debe asegurarse de que los objetivos de la calidad, incluyendo aquéllos necesarios para cumplir los requisitos para el producto, se establecen en las funciones y niveles pertinentes dentro de la organización. Y sobre todo debe asegurarse de que la planificación del sistema de gestión de la calidad se realiza con el fin de cumplir los requisitos, así como los objetivos de la calidad, y se mantiene la integridad del sistema de gestión de la calidad cuando se planifican e implementan cambios en éste.
- *Responsabilidad, autoridad y comunicación:* La alta dirección debe asegurarse de que las responsabilidades y autoridades están definidas y son comunicadas dentro de la organización. Al igual que debe asegurarse de que se establecen los procesos de comunicación apropiados dentro de la organización y de que la comunicación se efectúa considerando la eficacia del sistema de gestión de la calidad.
- *Revisión por la dirección:* La alta dirección debe, a intervalos planificados, revisar el sistema de gestión de la calidad de la organización, para asegurarse de su conveniencia, adecuación y eficacia continuas. La revisión debe incluir la evaluación de las oportunidades de mejora y la necesidad de efectuar cambios en el sistema de gestión de la calidad, incluyendo la política de la calidad y los objetivos de la calidad.



**B. Gestión de los recursos**

Comprende el manejo adecuado de todos los recursos con las que cuenta la empresa. (Durán, 2006)

- Provisión de recursos: La organización debe determinar y proporcionar los recursos necesarios para implementar y mantener el sistema de gestión de la calidad y mejorar continuamente su eficacia, y aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos.
- Recursos humanos: El personal que realice trabajos que afecten a la calidad del producto debe ser competente con base en la educación, formación, habilidades y experiencia apropiadas.
- Infraestructura: La organización debe determinar, proporcionar y mantener la infraestructura necesaria para lograr la conformidad con los requisitos del producto.
- Ambiente de trabajo: La organización debe determinar y gestionar el ambiente de trabajo necesario para lograr la conformidad con los requisitos del producto.

**C. Realización del productos o servicio**

Comprendo procedimientos estandarizados para el desarrollo de los servicios que ofrece la empresa. (Durán, 2006)

- Planificación de la realización del servicio: La organización debe planificar y desarrollar los procesos necesarios para la realización del servicio. La planificación de la realización del servicio debe ser coherente con los requisitos de los otros procesos del sistema de gestión de la calidad.
- Procesos relacionados con el cliente: La organización debe determinar los requisitos especificados por el cliente, incluyendo los requisitos para las actividades de entrega y las posteriores a la misma, asimismo debe revisar los requisitos relacionados con el producto. La organización debe determinar e implementar disposiciones eficaces para la comunicación con los clientes, relativas a la información sobre el servicio, las consultas, contratos

o atención de pedidos, incluyendo las modificaciones, y la retroalimentación del cliente, incluyendo sus quejas.

- Diseño y desarrollo: La organización debe planificar y controlar el diseño y desarrollo del producto.
- Compras: La organización debe asegurarse de que el producto adquirido cumple los requisitos de compra especificados. El tipo y alcance del control aplicado al proveedor y al producto adquirido debe depender del impacto del producto adquirido en la posterior realización del producto o sobre el producto final.
- Producción y prestación del servicio: La organización debe planificar y validar aquellos procesos de producción y de prestación del servicio donde los productos resultantes no puedan verificarse mediante actividades de seguimiento o medición posteriores.
- Control de los dispositivos de seguimiento y de medición: La organización debe determinar el seguimiento y la medición a realizar, y los dispositivos de medición y seguimiento necesarios para proporcionar la evidencia de la conformidad del producto con los requisitos determinados.

#### **D. Medida, análisis y mejora**

Comprende la planificación e implementación de procesos de seguimiento, medición, análisis y mejora necesarios para demostrar la conformidad del producto, asegurarse de la conformidad del sistema de gestión de la calidad, y mejorar continuamente la eficacia del sistema de gestión de la calidad. (Durán, 2006)

- Seguimiento y medición: Como una de las medidas del desempeño del sistema de gestión de la calidad, la organización debe realizar el seguimiento de la información relativa a la percepción del cliente con respecto al cumplimiento de sus requisitos por parte de la organización.
- Control del producto no conforme: La organización debe asegurarse de que el producto que no sea conforme con los requisitos, se identifica y controla para prevenir su uso o entrega no intencional.

Los controles, las responsabilidades y autoridades relacionadas con el tratamiento del producto no conforme deben estar definidos en un procedimiento documentado.

- Análisis de datos: La organización debe determinar, recopilar y analizar los datos apropiados para demostrar la idoneidad y la eficacia del sistema de gestión de la calidad y para evaluar dónde puede realizarse la mejora continua de la eficacia del sistema de gestión de la calidad.
- Mejora continua: La organización debe mejorar continuamente la eficacia del sistema de gestión de la calidad mediante el uso de la política de la calidad, los objetivos de la calidad, los resultados de las auditorías, el análisis de datos, las acciones correctivas y preventivas y la revisión por la dirección.

### **1.2.2. Satisfacción del cliente**

La satisfacción es una respuesta emocional del cliente o consumidor ante su evaluación de la discrepancia percibido entre su experiencia previa al optar por el productos o servicio que ofrece la empresa y el verdadero rendimiento experimentado una vez establecido el contacto con la empresa y el producto/servicio ofrecido. (Vavra, 2005)

Por otro lado, Kotler y Keller (2006) distinguen que la satisfacción se refiere al juicio de cliente sobre el rendimiento percibido de un servicio o producto, en relación con las expectativas que tenga. “Si la percepción que presenta, es igual a sus expectativas, entonces el turista estará satisfecho” (p. 44).

Por su parte Camisón, Cruz, y Gonzáles (2006) considera que la satisfacción del cliente se determina a través de la “percepción de los clientes externos con relación a la empresa, sus productos y servicios, utilizando como indicativos los niveles de reclamaciones, devoluciones,

pagos de garantías, índices de trabajos, reconocimientos y premios” (p. 42).

### ***Evaluación de la satisfacción del cliente***

Para conocer el grado de satisfacción de los clientes las empresas pueden emplear distintas técnicas y prácticas combinadas adecuadamente: formularios de quejas y reclamaciones, buzones de sugerencias, la seudo compra, cuestionarios de satisfacción, computar el número de clientes perdidos, etc. De entre todas ellas, probablemente la más utilizada sea el cuestionario de satisfacción, que permite obtener la información necesaria directamente de los clientes. Éstos se pueden basar en escalas estandarizadas o en escalas de medición diseñadas por la empresa específicamente para su servicio.

De tal forma para la evaluación de la satisfacción del cliente que opta por el servicio de las empresas hoteleras, Camisón, Cruz, y Gonzáles (2006) a través de la diversas investigaciones que realizaron los autores Parasuraman, Zeithaml y Berry en cuanto a la calidad del servicio crearon un instrumento denominado como modelo SERVQUAL, la cual establece cinco dimensiones que se encuentran relacionados entre la empresa y cliente.

Para la cual Camisón, Cruz, y Gonzáles (2006) toman en cuenta las 5 dimensiones, y a su vez establecen 22 atributos para conocer la percepción y expectativas del cliente frente al servicio que ofrecen las empresas hoteleras.

#### **A. Elementos tangibles**

Se evalúa la percepción de los clientes en cuanto a la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación, las que deben estar en perfectas condiciones. (Camisón, Cruz, y Gonzáles, 2006)

- Equipamiento de aspecto moderno: La actualización del equipamiento en los hoteles debe ser constante, y las que se adecuen a las necesidades de los clientes.
- Instalaciones físicas visualmente atractivas: Es la primera impresión que se llevan los clientes por ende las instalaciones de la empresa deben ser atractivas para sus gustos.
- Apariencia pulcra de los colaboradores: aspectos que crear confianza en los clientes, pues una adecuada presentación del personal, también crea una buena imagen.
- Elementos tangibles atractivos: Cabe recalcar que todos los accesorios con las que cuentan las instalaciones de la empresa deben ser atractivas para el cliente y las que generen impresión en ellos.

#### **B. Fiabilidad**

Para Camisón, Cruz, y Gonzáles (2006) considera que se evalúa en cierta medida la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa, siendo este el aspecto que genera mayor satisfacción ante el servicio ofrecido.

- Cumplimiento de las promesas: al prometer algo el cliente espera recibirlo en cuanto opte por el servicio, de lo contrario creará falsas expectativas.
- Interés en la resolución de problemas: el personal debe interesarse en resolver los problemas e inquietudes que puede tener el cliente ante el servicio ofrecido.
- Realizar el servicio a la primera: se observa la rapidez en que es atendido un cliente, por lo que de ninguna manera se debe hacer esperar, pues esto creará una cierta molestia.
- Concluir en el plazo prometido: como ya se mencionaba el cliente crear una cierta molestia cuando se le hace esperar, mas aun cuando se le mención un tiempo determinado para la entrega del producto o servicio.
- No cometer errores: los errores son fácilmente percibidos por los clientes, por lo que el personal debe tener mucho cuidado con ello,

y de suceder cualquier error lo ideal es que lo solucione inmediatamente de manera creativa e innovadora.

### **C. Capacidad de respuesta**

Camisón, Cruz, y Gonzáles (2006) determinar que se evalúa la disposición para ayudar a los clientes, y para proveerlos de un servicio rápido, por lo que se analiza la interacción entre el cliente y colaboradores.

- Colaboradores comunicativos: la comunicación con los clientes debe ser permanente, para no cortar el dialogo creando relaciones efectivas entre ellos.
- Colaboradores rápidos: la rapidez es un factor de gran importancia en la prestación de servicio.
- Colaboradores dispuestos a ayudar: es una cualidad muy observada por los clientes y halagadora para ellos, pues identifica a la persona por que define su personalidad, creando mayor confianza en los clientes.
- Colaboradores que responden: el personal debe estar en capacidad para responder a cualquier requerimiento del cliente.

### **D. Seguridad**

Se evalúa la posesión de las destrezas requeridas y conocimiento del proceso de prestación del servicio; así como la atención, consideración, respeto y amabilidad del personal de contacto; demostrando siempre veracidad, creencia y honestidad en el servicio que se provee. (Camisón, Cruz, y Gonzáles, 2006)

- Colaboradores que transmiten confianza: componente que se crea a través de la comunicación y un tanto a través de las acciones y comportamiento que muestra el personal.
- Clientes seguros con su proveedor: se debe ofrecer seguridad en los servicios y productos que se ofrezca al cliente, siendo estos de calidad o cumpliendo con dichos estándares.

- Colaboradores amables: es la virtud que debe definir a toda persona, pues crear mejores relaciones entre las personas.
- Colaboradores bien formados: el personal de mostrar que el personal tiene educación, y que este recibe entrenamiento o capacitación constante para mejorar la atención al cliente.

#### E. Empatía

Comprende lo accesible y fácil de contactar con los clientes; al igual que mantener a los clientes informados, utilizando un lenguaje que puedan entender, así como escucharlos, haciendo el esfuerzo de conocer a los clientes y sus necesidades. (Camisón, Cruz, y Gonzáles, 2006)

- Atención individualizada al cliente: generar una atención individualizada al cliente genera mayor expectativa, pues percibe la preocupación del personal para atenderlo con todo entusiasmo.
- Horario conveniente: componente que necesariamente tiene que adaptarse a las necesidades de los clientes y que esta ocasionalmente se adapte a sus horarios.
- Atención personalizada de los colaboradores: comprende la utilización de procesos diversificados para atender a cada cliente.
- Preocupación por los intereses de los clientes: el personal debe mostrar interés por satisfacer las necesidades el cliente, la que se identifica al ofrecerle todo lo necesario para mejorar su estadía en la empresa.
- Comprensión por las necesidades de los clientes: identificar con facilidad las necesidades de los clientes es un factor que eleva las expectativas de los mismos, pues el personal por su intuición ofrecerá al cliente que necesita, sin la necesidad que lo requiera.

#### 1.3. Definición de términos básicos

- **Infraestructura:** son elementos básicos con la que tiene que contar una infraestructura turística como es el caso de acceso, comunicaciones, agua y luz, etc. con el fin de brindar al turista un buen servicio.

- **Seguridad:** se entiende que es la protección de la vida, la salud, la integridad física y económica de los visitantes.
- **Atención:** se refiere en como los encargados del sector turismo muestran respeto, cortesía o afecto hacia la persona visitante.
- **Calidad de servicio:** son los aspectos importantes en la satisfacción y las necesidades de los clientes con la finalidad de cubrir sus expectativas.
- **Alimentación:** se entiende que son todos los establecimientos o una empresa en la que se dedica a preparar y servir los alimentos para la persona que lo solicite.
- **Hospitalidad:** se comprende que son todos aquellos profesionales en la que son capaces de realizar una promoción y comercialización de servicios que son destinados a los visitantes.
- **Respeto por la identidad cultural:** es respetar sobre todas las cosas las costumbres, tradiciones de una comunidad sin faltar el respeto a las personas que reciben con tanto entusiasmo a los turistas.
- **Solidaridad:** es un valor que toda persona debe conocer con el fin de ayudar a los demás.
- **Amabilidad:** es tratar bien a los demás, saludar y dar las gracias es un gesto que te caracterizara de ser amable.
- **Precios:** es aquel pago o recompensa que se asigna ya sea por a ver brindado un servicio.
- **Trato del personal:** es una forma de comunicarse o establecer un vínculo con otra persona para llegar a un propósito en común.



## CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

### 2.1 Formulación de la hipótesis

#### Hipótesis general

**H<sub>1</sub>:** La gestión de calidad hotelera se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en la ciudad de Yurimaguas, año 2018.

**H<sub>0</sub>:** La gestión de calidad hotelera no se relaciona con la satisfacción del cliente en la ciudad de Yurimaguas, año 2018.

#### Hipótesis específica

- **H<sub>11</sub>:** La gestión de calidad hotelera en la ciudad de Yurimaguas, año 2018 se desarrolla de manera deficiente.
- **H<sub>12</sub>:** El nivel de satisfacción del cliente en cuanto al servicio hotelero de la ciudad de Yurimaguas, año 2018, es bajo.
- **H<sub>13</sub>:** El grado de relación entre la gestión de calidad hotelera y la satisfacción del cliente en la ciudad de Yurimaguas, año 2018, es alta y positiva.

### 2.2 Variables y su operacionalización

Variable Independiente	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Gestión de calidad hotelera	Responsabilidad de la dirección	Compromiso de la dirección	Ordinal
		Enfoque al cliente	
		Política de la calidad	
		Planificación	
		Responsabilidad, autoridad y comunicación	
		Revisión por la dirección	
	Gestión de los recursos	Provisión de recursos	
		Recursos humanos	
		Infraestructura	
	Realización del productos o servicio	Ambiente de trabajo	
		Planificación de la realización del servicio	
		Procesos relacionados con el cliente	
		Diseño y desarrollo	
		Compras	
	Medida, análisis y mejora	Producción y prestación del servicio	
		Control de los dispositivos de seguimiento y de medición	
Seguimiento y medición			
Control del producto no conforme			
Análisis de datos			
	Mejora continua		

<b>Variable Dependiente</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escala de medición</b>
Satisfacción del cliente	Elementos tangibles	Equipamiento de aspecto moderno	Ordinal
		Instalaciones físicas visualmente atractivas	
		Apariencia pulcra de los colaboradores	
		Elementos tangibles atractivos	
	Fiabilidad	Cumplimiento de las promesas	
		Interés en la resolución de problemas	
		Realizar el servicio a la primera	
		Concluir en el plazo prometido	
		No cometer errores	
	Capacidad de respuesta	Colaboradores comunicativos	
		Colaboradores rápidos	
		Colaboradores dispuestos a ayudar	
		Colaboradores que responden	
	Seguridad	Colaboradores que transmiten confianza	
		Cientes seguros con su proveedor	
		Colaboradores amables	
		Colaboradores bien formados	
Empatía	Atención individualizada al cliente		
	Horario conveniente		
	Atención personalizada de los colaboradores		
	Preocupación por los intereses de los clientes		
	Comprensión por las necesidades de los clientes		

## CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

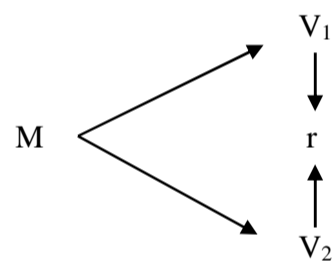
### 3.1. Tipo y diseño

El presente estudio tiene un enfoque *cuantitativo* puesto que se analizarán las variables a través de componentes numéricos, por lo que se utilizara la estadística para su desarrollo. (Hernández, Fernández, y Baptista, 2014)

De tal manera el tipo de investigación es *descriptiva correlacional*. Ante ello Hernández, Fernández, y Baptista (2014) lo denomina como descriptiva ya que inicialmente se realizar una descripción de cada una de las variables las seran evaluadas a traves de cuestionarios de preguntas, para posteriormente procesar los datos y estadisticamente establecer la relacion que existe entre ellas.

En cuanto propósito de la investigación el estudio mantiene un diseño no *experimental*, dado que la evaluación de cada variable a través de la percepción de los clientes se realizará en un solo periodo, estableciendo inmediatamente la relación entre ellas. (Hernández, Fernández, y Baptista, 2014)

Esquema del diseño:



**Donde:**

M: Muestra del estudio (Clientes)

V1: Gestión de calidad hotelera

V2: Satisfacción del cliente

r: Relación entre las variables

### 3.2. Diseño muestral

#### Marco poblacional

La población estuvo conformada por los clientes de los hoteles tres estrellas de la ciudad de Yurimaguas, personas que han visitado los lugares en los últimos meses, siendo estos la mayor estadía o la concurrencia tienen en dichos hoteles; información que se presenta a continuación:

Hoteles	Número de clientes	Porcentaje
Hotel Rio Huallaga	132	13%
Hostal Akemi	101	10%
Hostal El Naranjo	100	10%
Hostal Los Ángeles II	124	12%
Hostal Antonios	112	11%
Hostal Los Ángeles	101	10%
Hostal Perú	96	9%
Hostal Caballitos	105	10%
Hostal Arawak	89	9%
Hostal La Posada del Pajarito	77	7%
<b>Total población</b>	<b>1037</b>	<b>100%</b>

#### Marco muestral

La muestra estuvo conformada por un extracto de la población correspondiente a los clientes de cada uno de los hoteles tres estrellas de la ciudad de Yurimaguas, la cual estará calculada a través de la siguiente formula:

#### Datos:

(Z) Nivel de confianza:  $1.64 = 90\%$

(p) Probabilidad:  $60\% = 0.6$

(q)  $(1 - p) = 0.4$

(d) Margen de error:  $5\% = 0.05$

(N) Población: 1037

**Formula:**

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

$$n = \frac{1037 (1.96)^2 (0.6) (0.4)}{(1037 - 1) (0,05)^2 + (1.96)^2 (0.6) (0.4)}$$

$$n = 207$$

Por lo tanto, se ha extraído una muestra de 207 personas, los que se dividirán proporcionalmente de acuerdo al porcentaje de clientes de cada hotel, agrupándose de la siguiente manera:

Hoteles	Número de clientes	Porcentaje
Hotel Rio Huallaga	26	13%
Hostal Akemi	20	10%
Hostal El Naranjo	20	10%
Hostal Los Ángeles II	25	12%
Hostal Antonios	22	11%
Hostal Los Ángeles	20	10%
Hostal Perú	19	9%
Hostal Caballitos	21	10%
Hostal Arawak	18	9%
Hostal La Posada del Pajarito	16	7%
<b>Total muestra</b>	<b>207</b>	<b>100%</b>

**3.3. Procedimientos de recolección de datos**

**Técnicas:** para fines del presente estudio se utilizará como técnica la encuesta la cual estará direccionada a los clientes de cada uno de los hoteles mencionados, recogiendo de tal manera la percepción de las personas frente a la gestión de calidad hotelera y la satisfacción de los clientes.

**Instrumentos:** estará representada por el cuestionario de preguntas, creada a base de los indicadores y dimensiones correspondiente a cada una de las variables que se pretende evaluar.

**Validez:** se realizará a través del juicio de expertos que tengan conocimiento sobre el tema a investigación, personas que darán una crítica constructiva para mejorar el instrumento a aplicar.

**Confiabilidad:** una vez recolectada los datos de procederá a confiabilizar los datos, para la cual se utilizará el programa SPSS V.24 para su respectivo análisis, que de calcular un índice aceptable se procederá a formular las tablas y gráficos en el programa Excel para su respectivo análisis y descripción.

#### **3.4. Procesamiento y análisis de datos**

El análisis de los datos será llevado a cabo en el siguiente proceso:

1. Aplicación de los instrumentos a la muestra de estudio, para la obtención de información sobre las variables.
2. Procesamiento de los datos en los programas Microsoft Excel para el establecimiento de la relación entre las variables.
3. Descripción de las variables según sea necesario. Tabulación de los datos en tablas y gráficos para su mayor comprensión e interpretación de resultados escritos en Word.
4. Contrastación de las hipótesis

#### **3.5. Aspectos éticos**

El presente estudio tomó en cuenta las Normas APA 6ª Edición, para citar y referenciar las definiciones de autores analizados respetando de tal forma los derechos de autor. Por otro lado, tras la recolección de datos se respetó la privacidad de la información levantada, pues no se pretende perjudicar a las empresas.

## CAPÍTULO IV: RESULTADOS

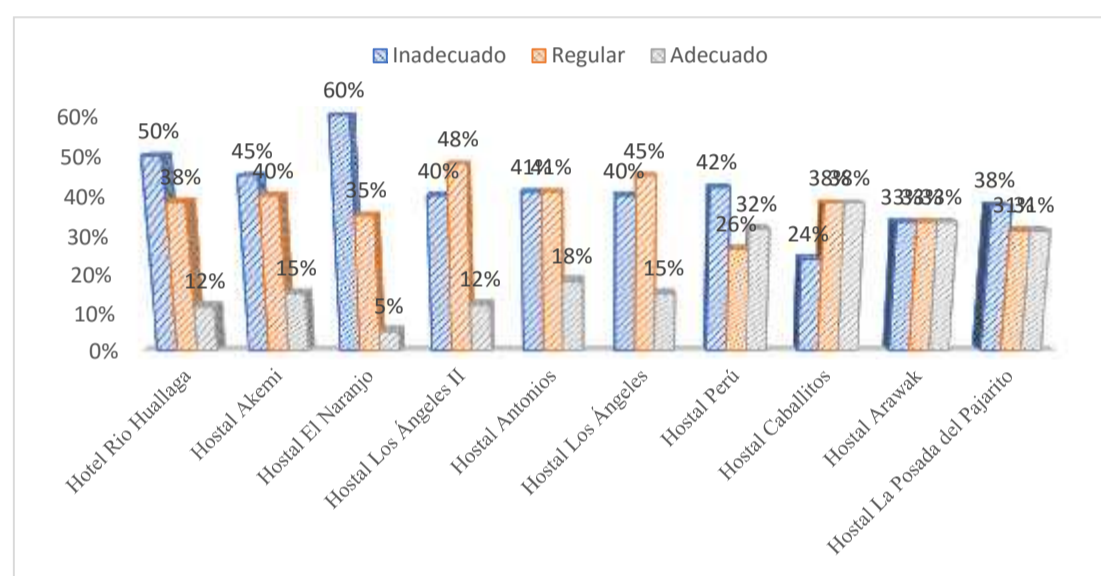
### 4.1. Analizar la gestión de calidad hotelera que se desarrolla en la ciudad de Yurimaguas, año 2018.

Tabla 1

*Gestión de calidad en los hoteles de la ciudad de Yurimaguas*

	Inadecuado		Regular		Adecuado		Total	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Hotel Río Huallaga	13	50%	10	38%	3	12%	26	100%
Hostal Akemi	9	45%	8	40%	3	15%	20	100%
Hostal El Naranjo	12	60%	7	35%	1	5%	20	100%
Hostal Los Ángeles II	10	40%	12	48%	3	12%	25	100%
Hostal Antonios	9	41%	9	41%	4	18%	22	100%
Hostal Los Ángeles	8	40%	9	45%	3	15%	20	100%
Hostal Perú	8	42%	5	26%	6	32%	19	100%
Hostal Caballitos	5	24%	8	38%	8	38%	21	100%
Hostal Arawak	6	33%	6	33%	6	33%	18	100%
Hostal La Posada del Pajarito	6	38%	5	31%	5	31%	16	100%

Fuente: elaboración propia



*Figura 1: Gestión de calidad en los hoteles de la ciudad de Yurimaguas*

De la tabla y figura se observa que la Gestión de Calidad en los hoteles, Hostal El Naranjo es inadecuado (60%), asimismo en el Hostal Ríos Huallaga se evidencia un nivel inadecuado (50%), el Hostal Akemi tiene nivel inadecuado

(45%), como también se observó que el Hostal Perú es inadecuado (42%) y se observa también que el Hostal La Posada del Pajarito tiene índice de inadecuado (38%) y paralelos en regular (31%) y adecuado (31%), por lo tanto, la gestión de calidad en los hoteles, el Hostal Los Ángeles II tiene un nivel de índice regular (48%) con bajo índice de inadecuado (40%) y adecuado (12%), como también el Hostal Los Ángeles es regular (45%) y con un nivel de inadecuado (40%) puesto que el Hostal Antonios tiene un índices similares de regular (41%) e inadecuado (41%), asimismo también el Hostal Caballitos se evidencian índices paralelas de regular (38%) y adecuado (38%) y por último se evidencio que el Hostal Arawak tiene índices similares en sus tres niveles.

Tabla 2

*Gestión de calidad hotelera*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Inadecuado	86	42%
Regular	79	38%
Adecuado	42	20%
<b>TOTAL</b>	<b>207</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

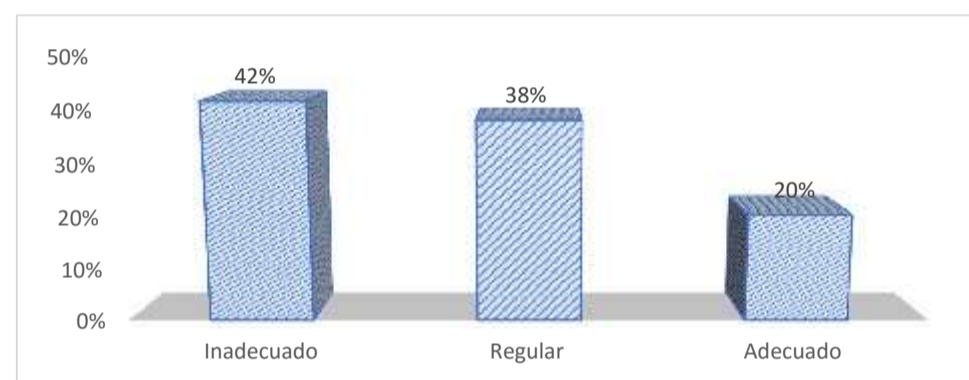


Figura 2: Gestión de calidad hotelera

Por tanto, en la tabla y figura 2 se logra observar que la gestión de calidad hotelera en la ciudad de Yurimaguas es inadecuada (42%) y en cierta medida es calificada como regular (38%), esto debido a poca responsabilidad de los directivos para gerenciar adecuadamente su hotel, teniendo ciertas



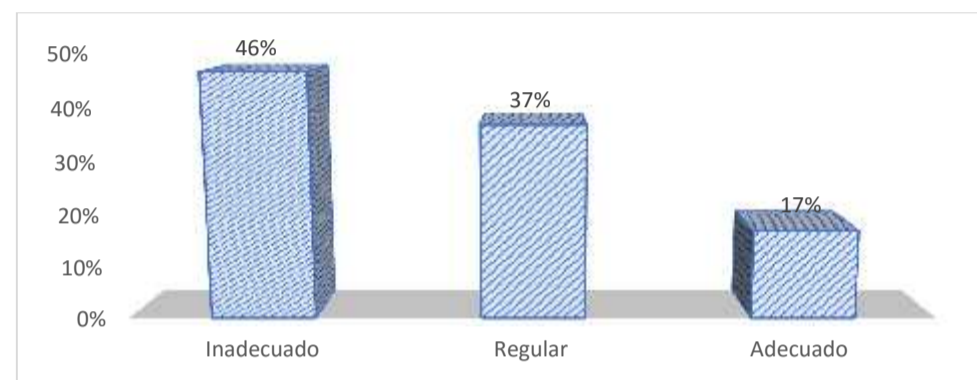
dificultades en el manejo de los recursos, así como para gestionar los servicios y productos ofrecido a los clientes, además se ha observado ciertas dificultades para realizar las evaluaciones, análisis y mejora de la percepción de los clientes.

Tabla 3

*Responsabilidad de la dirección*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Inadecuado	96	46%
Regular	76	37%
Adecuado	35	17%
<b>TOTAL</b>	<b>207</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia



*Figura 3: Responsabilidad de la dirección*

En la tabla y figura 3 se logra observar que la responsabilidad de la dirección muestra un nivel alto de inadecuado (46%) y un cierto porcentaje de regular (37%), mencionados porcentajes se debe al bajo compromiso de los directivos para promover el desarrollo eficiente de los sistema de calidad hotelera, asimismo los requerimientos del cliente pocas veces son analizadas para su cumplimiento, ya que las políticas de calidad muchas veces no son claras, lo que dificulta también que delegue adecuadamente la responsabilidad y autoridad a los jefes d área, siendo dificultoso que los sistemas de calidad no sean analizados para respectiva mejora continua.

Tabla 4

*Gestión de los recursos*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Inadecuado	90	43%
Regular	81	39%
Adecuado	36	17%
<b>TOTAL</b>	<b>207</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

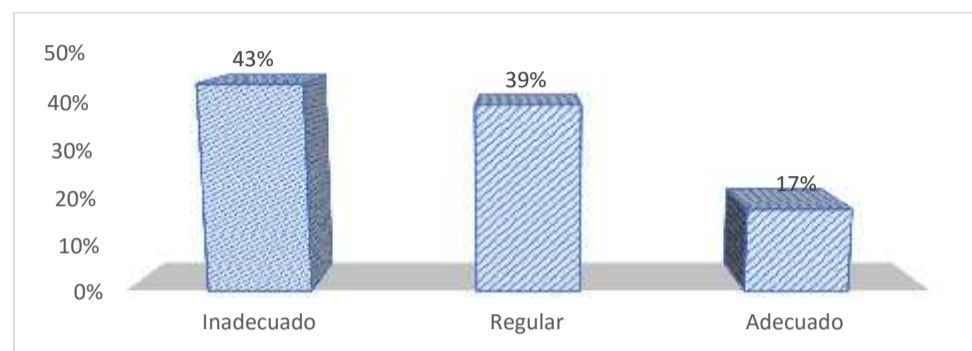


Figura 4: Gestión de los recursos

Por otro lado en la tabla y figura 4 se logra observar que la gestión de los recursos se viene desarrollando de manera inadecuada (43%) y un cierto porcentaje considera que se desarrolló regularmente (39%) esto dado que no se utilizan los recursos necesarios para la implementación y desarrollo del sistema de gestión de calidad, asimismo se ha evidenciado que la dirección demuestra poca preocupación por la educación, formación, habilidades y experiencia apropiadas del personal, y con lo que respecta a infraestructura, esta no es la idónea para ofrecer productos y servicios de calidad, por lo que pocas veces se genera un ambiente adecuado.

Tabla 5

*Realización los productos o servicio*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Inadecuado	94	45%
Regular	77	37%
Adecuado	36	17%
<b>TOTAL</b>	<b>207</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

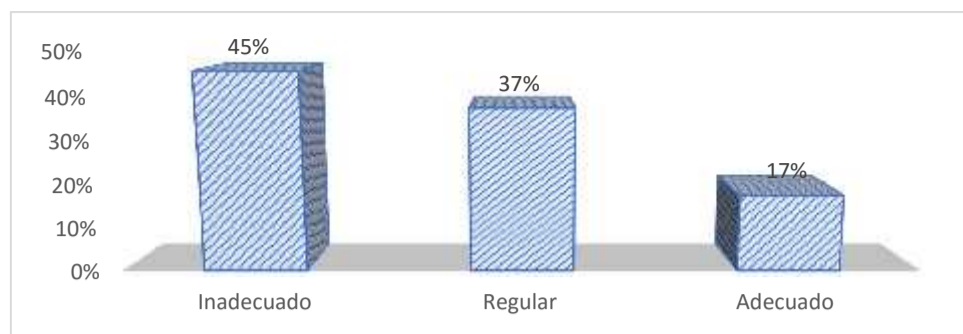


Figura 5: Realización del productos o servicio

Asimismo, en la tabla y figura 5 se logra observar que la realización del producto o servicio, es percibida de manera inadecuada por el 45% y de manera regular por el 37%, esto se debe a la falta de planificación para el desarrollo de los procesos para ofrecer sus servicios, se evidencia también que la mala comunicación de la información el cliente muchas veces no recibe lo solicitado, y que ocasionalmente el hotel no cuenta con los recursos necesarios para ofrecer un servicio de calidad, pues tiene problema en su abastecimiento, además la dirección no se preocupa que el servicio sea ofrecido adecuadamente, generando insatisfacción en los clientes.

Tabla 6

*Medida, análisis y mejora*

	Frecuencia	Porcentaje
Inadecuado	92	44%
Regular	81	39%
Adecuado	34	16%
<b>TOTAL</b>	<b>207</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

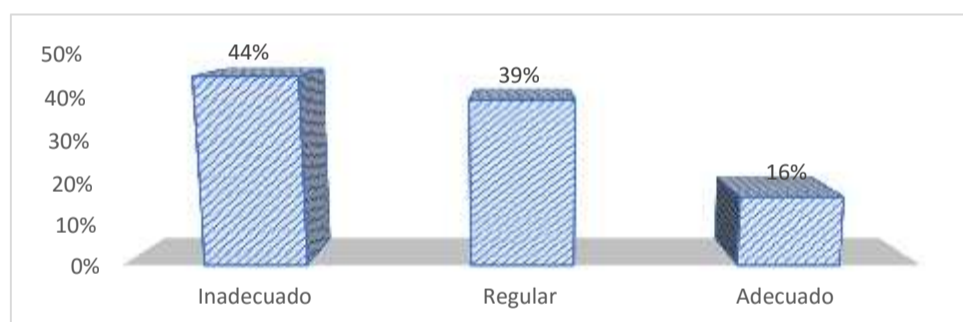


Figura 6: Medida, análisis y mejora

En la tabla y figura 6 se logra observar que la medición, análisis y mejora se viene desarrollando de manera inadecuada (44%), esto se debe a la falta de seguimiento de los requerimientos y necesidades de los clientes, asimismo se ha evidenciado que no se analizan la información recopilada para ofrecer mejorar en el productos o servicios prestados por los hoteles de Yurimaguas.

#### 4.2. Conocer el nivel de satisfacción del cliente en cuanto al servicio hotelero de la ciudad de Yurimaguas, año 2018.

Tabla 7

*Nivel de satisfacción del cliente en cada hotel de la ciudad de Yurimaguas.*

	Bajo		Medio		Alto		Total	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Hotel Rio Huallaga	14	54%	9	35%	3	12%	26	100%
Hostal Akemi	9	45%	8	40%	3	15%	20	100%
Hostal El Naranjo	12	60%	7	35%	1	5%	20	100%
Hostal Los Ángeles II	14	56%	7	28%	4	16%	25	100%
Hostal Antonios	9	41%	9	41%	4	18%	22	100%
Hostal Los Ángeles	9	45%	8	40%	3	15%	20	100%
Hostal Perú	8	42%	5	26%	6	32%	19	100%
Hostal Caballitos	5	24%	10	48%	6	29%	21	100%
Hostal Arawak	7	39%	5	28%	6	33%	18	100%
Hostal La Posada del Pajarito	6	38%	5	31%	5	31%	16	100%

Fuente: elaboración propia

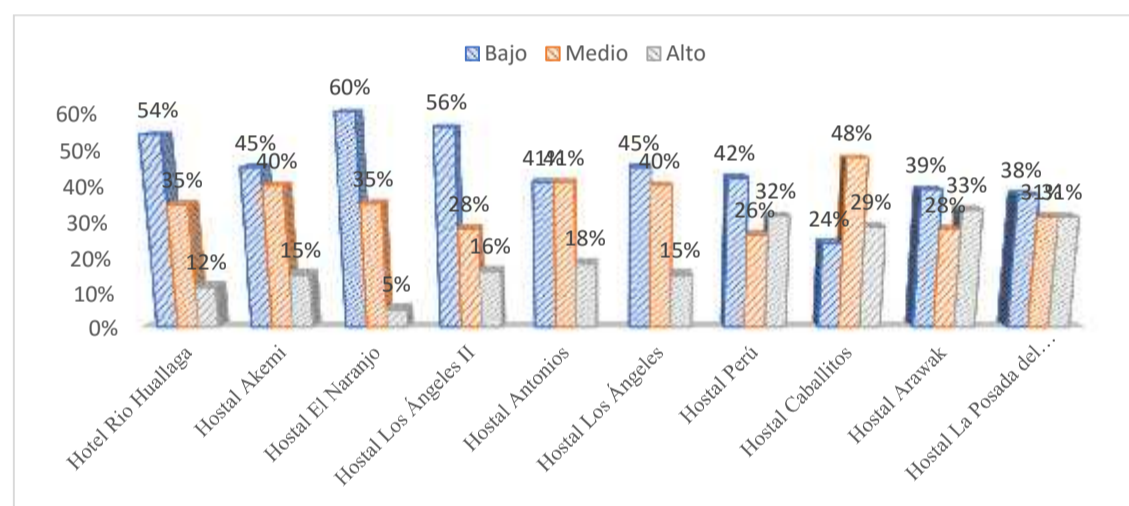


Figura 7: Nivel de satisfacción del cliente en cada hotel de la ciudad de Yurimaguas.

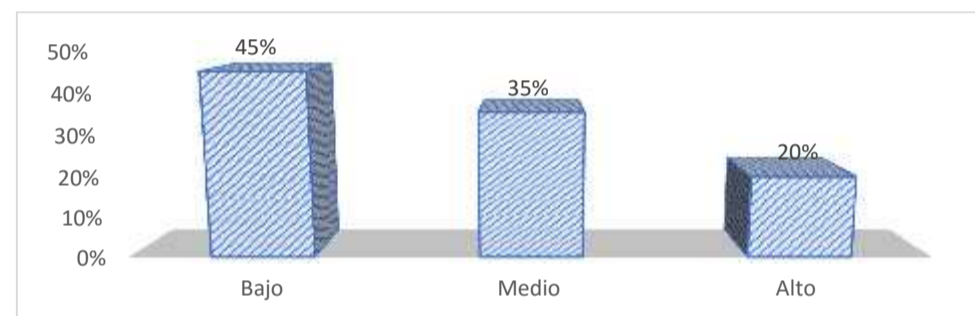
Tan cómo se observa en la tabla y figura el nivel de satisfacción de cada cliente en los hoteles, El Hostal El Naranjo se evidenció con un nivel bajo (60%) pero un índice medio (35%), como también el Hostal Los Ángeles II es bajo (56%), asimismo el Hostal Rio Huallaga tiene un nivel bajo (54%) y un índice medio (35%) y el Hostal Akemi y el Hostal Los Ángeles tiene índices de nivel bajo (45%) y medio (40%) similares, el Hostal Perú obtuvo un nivel bajo (42%) y además el hostal Arawak se evidenció un nivel bajo (39%). Puesto que el nivel de satisfacción de los clientes en los hoteles, Hostal Caballitos es medio (48%), asimismo en el Hostal Antonios obtuvieron índices de bajo y medio similares y como también el Hostal La Posada del Pajarito se evidencio un nivel medio (31%) y alto (31%) paralelos.

Tabla 8

*Satisfacción del cliente*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Bajo	93	45%
Medio	73	35%
Alto	41	20%
<b>TOTAL</b>	<b>207</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

*Figura 8: Satisfacción del cliente*

Por tanto, en la tabla y figura se logra observar que el nivel de satisfacción de los clientes en cuanto al servicios ofrecido por lo hoteles de la ciudad de Yurimaguas, evidencia niveles bajos (45%) y un cierto porcentaje de nivel regular (35%), esto debido a las deficiencias observadas en los elementos

tangibles, la fiabilidad, capacidades de respuesta, seguridad y la empatía de los empleados; deficiencias que irán detallando a continuación:

Tabla 9

*Elementos tangibles*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Bajo	90	43%
Medio	89	43%
Alto	28	14%
<b>TOTAL</b>	<b>207</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

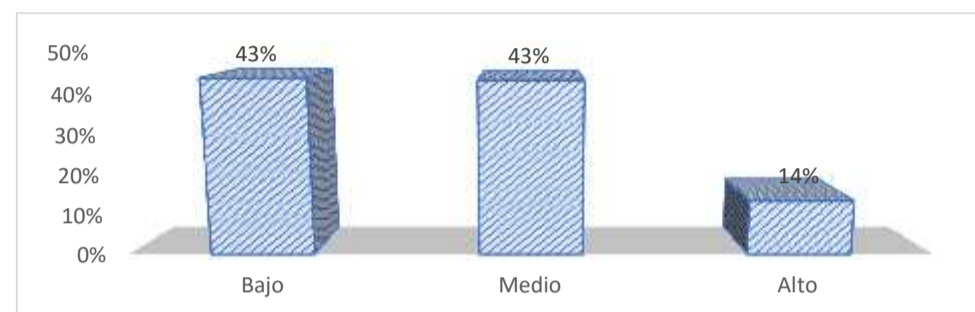


Figura 9: Elementos tangibles

En la tabla y figura se logra observar que la satisfacción del cliente en cuanto a los elementos tangibles es bajo (43%) y en cierto modo posee un nivel medio (43%), pues de acuerdo a la percepción del cliente considera que el equipamiento de las instalaciones del hotel no tiene aspectos modernos y que los accesorios de la organización son poco atractivos y llamativos, por lo que no son atractivas a los ojos del cliente, además el personal pocas veces muestra una apariencia pulcra,

Tabla 10

*Fiabilidad*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Bajo	89	43%
Medio	81	39%
Alto	37	18%
<b>TOTAL</b>	<b>207</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

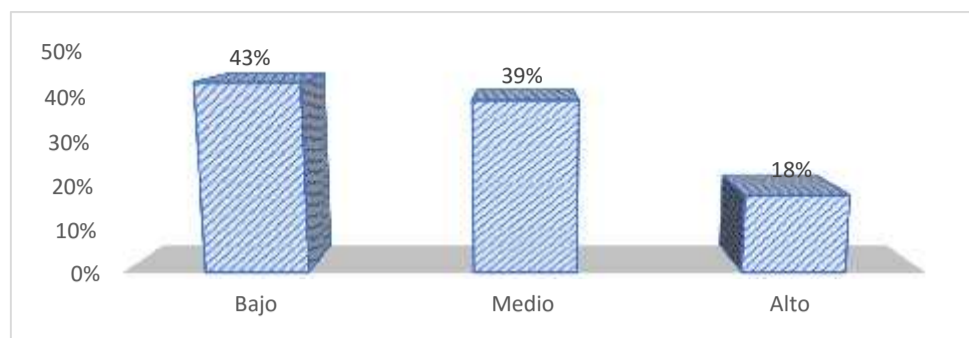


Figura 10: Fiabilidad

En la tabla y figura 10 se puede observar que la satisfacción del cliente en cuanto a la fiabilidad del servicio es bajo (43%) y en cierto porcentaje mantiene un nivel medio (39%), dado que según la percepción de los encuestados la empresa muchas veces no cumple con los requerimientos prometidos, por lo que tampoco toman interés en resolver los problemas e inquietudes que puede tener el cliente, asimismo la atención no es muy rápida, por lo que el servicio se desarrolla pasado el tiempo requerido, y de ocasionarse algún error por parte del personal esta no es solucionada inmediatamente.

Tabla 11

*Capacidad de respuesta*

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	96	46%
Medio	79	38%
Alto	32	15%
<b>TOTAL</b>	<b>207</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

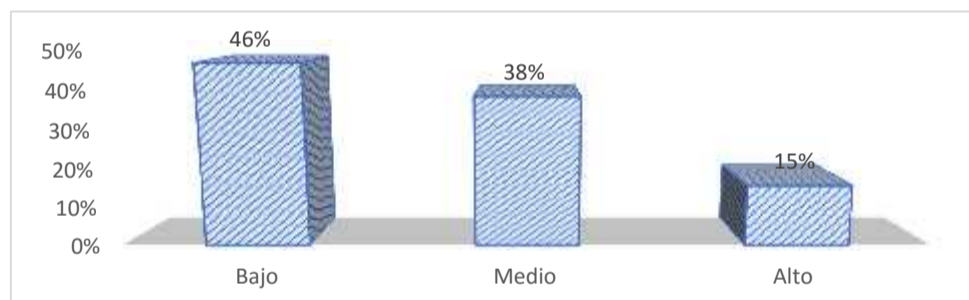


Figura 11: Capacidad de respuesta

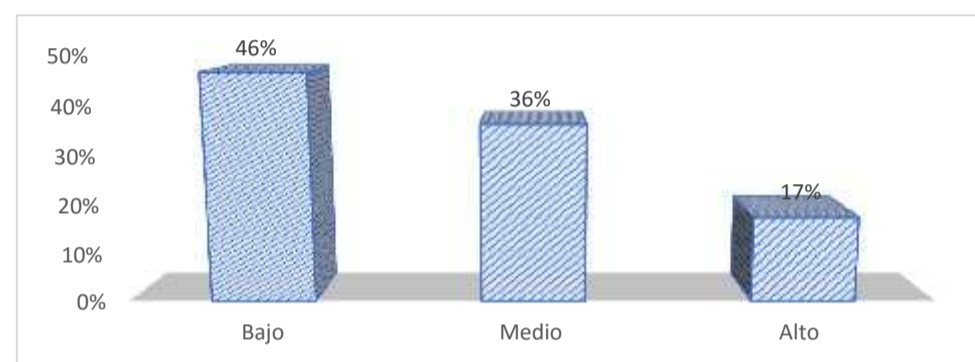
Asimismo, en la tabla y figura 11 se logra observar que la satisfacción del cliente en cuanto a la capacidad de respuesta de los empleados, evidencia un nivel bajo (46%), y en gran medida evidencia un nivel medio (38%), esto debido que muchas veces la comunicación no es permanente, y como ya se mencionaba anteriormente la atención pocas veces es rápida e inmediata, ya que se observa poca disponibilidad del personal para atender a los clientes, dificultándose a responder a los requerimientos de clientes.

Tabla 12

*Seguridad*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Bajo	96	46%
Medio	75	36%
Alto	36	17%
<b>TOTAL</b>	<b>207</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

*Figura 12: Seguridad*

En la tabla y figura 12 se logra observar que la satisfacción de clientes en cuanto a la seguridad es baja (46%), dado que según la percepción de los clientes se evidencia que las empresas hoteleras pocas veces transmiten confianza a través de los productos y la presentación de servicios, esto se debe a la falta de amabilidad del personal, y el respeto mutuo y la educación es poco evidente.



Tabla 13

*Empatía*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Bajo	90	43%
Medio	83	40%
Alto	34	16%
<b>TOTAL</b>	<b>207</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

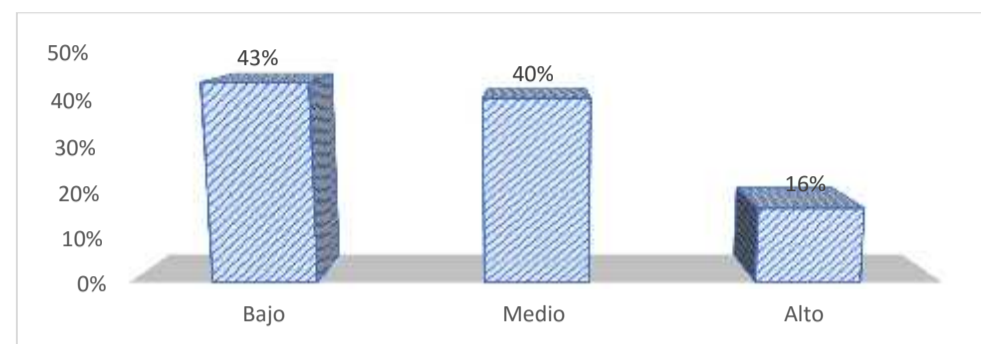


Figura 13: Empatía

En la tabla y figura 13 se logra observar que la satisfacción del cliente en cuanto a la empatía de los trabajadores es baja (43%) y en cierto porcentaje mantiene un nivel medio (40%), esto se debe a la falta de atención personalizada, por lo que el personal muestra poco interés en ofrecer un buen servicio, por lo que las inquietudes y necesidades de los clientes son poco escuchadas y analizadas por el personal.

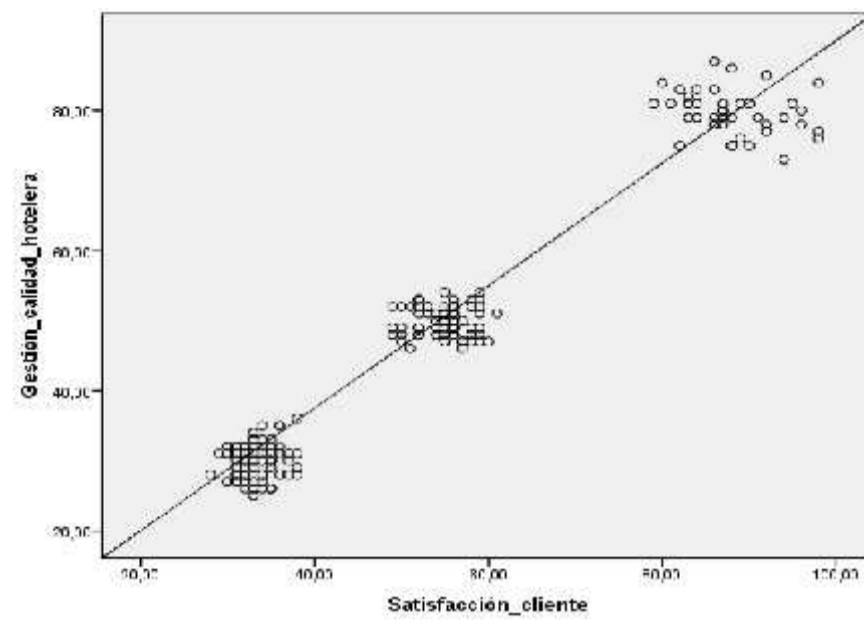
#### **4.3. Establecer el grado de relación entre la gestión de calidad hotelera y la satisfacción del cliente en la ciudad de Yurimaguas, año 2018.**

Tabla 14

*Relación entre la gestión de calidad hotelera y la satisfacción del cliente*

			Gestión de calidad hotelera	Satisfacción cliente
Rho de Spearman	Gestión de calidad hotelera	Coefficiente de correlación	1,000	,869
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	207	207
	Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	,869	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	207	207

Fuente: procesamiento de datos en el programa estadístico SPSS v. 24



*Figura 14:* Relación entre la gestión de calidad hotelera y la satisfacción del cliente

Para dar respuesta al objetivo en mención se ha procedido a utilizar el programa estadístico SPSS, y tomando en cuenta el estadístico de correlación Rho de Spearman, ha calculado un coeficiente de correlación de 0,869 siendo esta un índice alto y significativo, y al determinar un grado de significancia de 0,000 la cual es menor al alfa esperado (0,05) se rechaza a hipótesis nula, para dar paso a la aceptación de la hipótesis alterna, determinándose de tal forma que la gestión de calidad hotelera se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en la ciudad de Yurimaguas, año 2018.

## CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

Tras el análisis de los resultados se ha logrado identificar que la gestión de calidad hotelera ofrecido por los diversos hoteles de la ciudad de Yurimaguas es inadecuada en gran medida y en cierto modo tiene un comportamiento regular, puesto que la instalaciones no reflejan un buen aspecto, además se ha evidenciado que el personal no muestra la suficiente capacidad para dar solución a los problemas e inquietudes de los comensales, por lo que tampoco se cumple con las medidas de seguridad correspondiente creando en el cliente inseguridad, y falta de confianza por las malas relaciones creadas por el personal, de acuerdo a ello analizamos los resultados de Diaz y Lama (2015) quien determinó que los gustos de los clientes son: higiene, comodidad y seguridad en el establecimiento. Mientras que las preferencias son: buena atención, precios cómodos y accesibles, trato amable, que les sirvan con rapidez, y disponibilidad de todos los productos que ofrecen. Características que no se ven reflejadas adecuadamente en el restaurante estudiado, por lo que corroboramos que sin duda alguna esta problemática o decadencia esa razón por la cual muchos de los clientes ya no regresan a comprar o en ocasiones su frecuencia de compra es mínima.

Como objetivo general se ha logrado establecer que la relación entre la calidad del servicio y la fidelización de los comensales es significativa, ya que al ofrecer un mal servicio muchos de los clientes no demuestran fidelidad al restaurante, esta información también lo podemos corroborar con los resultados de Santomá (2014) quien en su investigación puede afirmar que existe relación significativa entre las variables calidad de servicio y satisfacción del cliente. Pues como se puede observar todo depende del servicio que se ofrezca ya que al desarrollarse bien o mal esta actividad ya sea la satisfacción o la fidelización serán las afectadas siendo está reflejada en el comportamiento de los clientes.

## CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES

La presente investigación ha llegado a las siguientes conclusiones:

- 6.1. Se ha logrado determinar que la gestión de calidad hotelera en la ciudad de Yurimaguas es inadecuada (42%) y en cierta medida es calificada como regular (38%), lo que en cierto modo esto se debe a la baja responsabilidad de los directivos para gerenciar adecuadamente su hotel, teniendo ciertas dificultades en el manejo de los recursos, así como para gestionar los servicios y productos ofrecido a los clientes, además se ha observado ciertas dificultades para realizar las evaluaciones, análisis y mejora de la percepción de los clientes.
- 6.2. Asimismo, se ha logrado determinar que el nivel de satisfacción de los clientes en cuanto al servicios ofrecido por lo hoteles de la ciudad de Yurimaguas, evidencia niveles bajos (45%) y un cierto porcentaje de nivel regular (35%), pues una serie de deficiencias se ha observado en cuanto a los elementos tangibles, la fiabilidad, capacidades de respuesta, seguridad y la empatía de los trabajadores.
- 6.3. Finalmente se logra determinar que la gestión de calidad hotelera se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en la ciudad de Yurimaguas, año 2018, instancia que es corroborada por un coeficiente de correlación de 0,869 y un el grado de significancia de 0,000 la cual es menor a 0,05 por lo que se rechaza la  $H_0$  y se acepta la  $H_1$ .

## CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES

De acuerdo a las conclusiones a la que ha llegado esta investigación, se describe las siguientes recomendaciones:

- 7.1. Al fin de mejorar la gestión de calidad hotelera se sugiere a los Directivos promover la implementación de un organigrama definiendo las responsabilidades y funciones de cada área de operaciones que tendrán a cargo las áreas como el de alimentos y bebidas, cuartos, limpieza, recepción, etc., permitiéndoles mejorar en cuanto los procesos y trayéndole rentabilidad al hotel.
- 7.2. Se recomienda a los Gerentes Generales o Directivos hoteleros realizar mejorar la rapidez en cuanto a la atención, capacidad de respuestas y soluciones a problemas que se puedan ejecutar en el establecimiento y asimismo se sugiere mantener actualizados la paginas virtuales y realizar evaluaciones encuestas en cuanto la satisfacción del servicio brindado.
- 7.3. Se recomienda a los gerentes la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad la cual esto nos permitirá mejorar la satisfacción de los huéspedes, instituyendo una estructura laboral precisa y clara, en donde se puede implementar y definir una mejora continua.

## CAPÍTULO VIII: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Betinez, J. (2010). *Calidad del servicio en la industria hotelera*. Tesis Doctoral, Universidad, España.
- Cahuaya, R., & Ñahuicopa, P. (2016). *Influencia de la calidad de servicio en la satisfaccion del cliente del hotel la hacienda en la provincia de Angaraes 2015*. Tesis de Pregrado, Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo.
- Camisón, C., Cruz, S., & Gonzáles, T. (2006). *Gestión de la Calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid, España: Pearson Educación.
- Castro, J. (17 de Diciembre de 2015). *Panorama de la industria hotelera en Perú al 2018*. Obtenido de Portal Turismo: <http://www.portaldeturismo.pe/noticia/especial-panorama-de-la-industria-hotelera-en-peru-al-2018>
- Cuatrecasa, L., & Gonzáles, J. (2017). *Gestion integral de la calidad. Implementación, control y certificación* (5ta ed.). Barcelona, España: Profit Editorial S.L.
- Diaz, L., & Lama, G. (2015). *Estudio de la satisfaccion de los turistas extranjeros que visitan el poblado de barrio florido y alrededores, periodo 2014"*. Tesis de Pregrado , Universidad Nacional de la Amazonia Peruana, Iquitos.
- Durán, J. P. (2006). *Certificación y modelos de calidad en hostelería y restauración*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.
- Guerrero, R. M. (2013). *Sistema de archivo y clasificación de documentos* (1° ed.). Malaga: IC Editorial.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación* (6 ta ed.). Méxoco DF: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A.
- Joubert, E. (2015). *Los sistemas de gestión de calidad en el sector hotelero: perspectivas y desafios para su implementacion en hoteles de la ciudad de Neuquén*. Tesis de Maestria, Argentina.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Direccion de Marketing* (Duodécima ed.). México: Pearson Educación.

- Llamas, C. (2015). *Marketing y gestión de calidad turística*. Madrid, España: Liber Factory.
- Luper, J., & Santillan, M. (2018). *Persepcion de los pasajeros y usuarios de los servicios del Hotel Boutique Yamila E.I.R.L de la ciudad de Nauta al año 2017*. Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de la Amazonia Peruana, Iquitos.
- Martínez, A. (2010). *Manual de calidad para hoteles: guía para la implementacion de un sistema de calidad*. Madrid, España: Septem Ediciones.
- Ogalla, F. (2005). *Sistema de gestión: Una guía práctica*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.
- Organización Internacional de Normalización - ISO. (2000). *Norma Internacional (ISO 9001): Sistema de gestión de calidad - Requisitos*. Suiza: AENOR, FONDONORMA, ICOTEC, IRAM, UNIT.
- Ortiz, I., & Rivera, R. (2015). *Relacion entre los estilos de liderazgo y la calidad del servicio prestado en hoteles categorizados de tres estrellas en el alto mayo 2015*. Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de San Martin, Tarapoto.
- Ramirez, Sandra, & Requejo, M. (2016). *Baja calidad del servicio en atencion al clinte de los hoteles de tres estrellas de los distritos de Tarapoto y la Banda de shilcayo*. Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de San Martin, Lamas.
- Rotonda, G. (2007). *Gestión. Capacitación de organizaciones base* (Segunda ed.). Argentina: Paquite Audiovisual Didáctico - PAD / Instituto para la Inclusión Social y el Desarrollo Humano.
- Santomá, R. (2014). *Aspectos de gestion en la calidda de servicio*. Tesis Doctoral, Universidad Ramon Llull, Barcelona, España.
- Silva, S., & Cainamary, J. (2017). *Analisis del marketing mix de los servicios del hotel casa Morey en el año 2017*. Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de la Amazonia Peruana, Iquitos.
- Tarí, J. J. (2000). *Calidad total: fuente de ventaja competitiva*. Murcia, España: Espagrafic - Compobell, S.L.

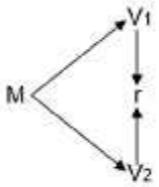
Vavra, T. (2005). *Cómo medir la satisfacción del cliente, según ISO 9001:2000*.  
España: Editorial FC.



# ANEXOS

## Anexo 1: Matriz de consistencia

Título: Gestión de calidad hotelera y su relación con la satisfacción del cliente en la ciudad de Yurimaguas, año 2018			
Autor: .....			
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES DE ESTUDIO
<b>PROBLEMA GENERAL</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>		
¿Cuál es la relación entre la gestión de calidad hotelera y la satisfacción del cliente en la ciudad de Yurimaguas, año 2018?	Evaluar la gestión de calidad hotelera y su relación con la satisfacción del cliente en la ciudad de Yurimaguas, año 2018.		<b>Variable Independiente: Gestión de calidad hotelera</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsabilidad de la dirección</li> <li>• Gestión de los recursos</li> <li>• Realización del productos o servicio</li> <li>• Medida, análisis y mejora</li> </ul>
<b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuál es el desarrollo de la gestión de calidad hotelera en la ciudad de Yurimaguas, año 2018?</li> <li>• ¿Cuál es el nivel de satisfacción del cliente en cuanto al servicio hotelero de la ciudad de Yurimaguas, año 2018?</li> <li>• ¿Cuál es el grado de relación entre la gestión de calidad hotelera y la satisfacción del cliente en la ciudad de Yurimaguas, año 2018?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar la gestión de calidad hotelera que se desarrolla en la ciudad de Yurimaguas, año 2018.</li> <li>• Conocer el nivel de satisfacción del cliente en cuanto al servicio hotelero de la ciudad de Yurimaguas, año 2018.</li> <li>• Establecer el grado de relación entre la gestión de calidad hotelera y la satisfacción del cliente en la ciudad de Yurimaguas, año 2018.</li> </ul>	<b>H1:</b> La gestión de calidad hotelera se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente en la ciudad de Yurimaguas, año 2018.  <b>Ho:</b> La gestión de calidad hotelera no se relaciona con la satisfacción del cliente en la ciudad de Yurimaguas, año 2018.	<b>Variable Dependiente: Satisfacción del cliente</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elementos tangibles</li> <li>• Fiabilidad</li> <li>• Capacidad de respuesta</li> <li>• Seguridad</li> <li>• Empatía</li> </ul>
<b>METODOLOGÍA</b>	<b>POBLACIÓN Y MUESTRA</b>		<b>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN</b>

<p><b>Tipo de investigación.</b> Descriptiva Correlacional</p> <p><b>Diseño de investigación.</b> No experimental</p> <p>Esquema:</p>  <p><b>Donde:</b> M = Muestra O<sub>1</sub> = Gestión de calidad hotelera O<sub>2</sub> = Satisfacción del turista r = Relación</p>	<p><b>POBLACIÓN:</b> La población estará conformada por los clientes de los hoteles tres estrellas de la ciudad de Yurimaguas, personas que han visitado los lugares en los últimos meses.</p> <p><b>MUESTRA:</b> La muestra estará conformada por un extracto de la población correspondiente a los clientes de cada uno de los hoteles tres estrellas de la ciudad de Yurimaguas, la cual estará calculada a través de la siguiente fórmula:</p>	<p><b>Técnica:</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario de preguntas</p> <p><b>Validez:</b> Tres expertos</p> <p><b>Confiable:</b> Alta de Cronbach / SPSS v. 24</p>
--	--	--

**Anexo 2: Instrumento de recolección de datos****ENCUESTA PARA EVALUAR LA GESTIÓN DE CALIDAD HOTELERA**

Buen día.

El presente instrumento se aplica con la finalidad de evaluar la gestión de calidad hotelera de la ciudad de Yurimaguas en el año 2018, por lo que le se pide total sinceridad en su respuesta, ya que es de suma importancia para poder evaluar dicha variable.

**Instrucciones:** marque con una X la respuesta de acuerdo a su percepción, tomando en cuenta las siguientes escalas:

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en desacuerdo, Ni de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

<b>Responsabilidad de la dirección</b>		<b>Escala</b>				
1	¿Se evidencia el compromiso pleno de la alta dirección para el eficiente desarrollo del sistema de gestión de la calidad?	1	2	3	4	5
2	¿Los requisitos del cliente son analizados para su respectivo cumplimiento?	1	2	3	4	5
3	¿Las políticas de calidad son claras y bien encaminadas para su cumplimiento?	1	2	3	4	5
4	¿Se planifica todas las acciones para el desarrollo del sistema de gestión de la calidad?	1	2	3	4	5
5	¿La alta dirección se asegura de que las responsabilidades y autoridades están definidas y son comunicadas dentro de la organización?	1	2	3	4	5
6	¿La alta dirección el sistema de gestión de la calidad de la organización, para asegurarse de su conveniencia, adecuación y eficacia continuas?	1	2	3	4	5
<b>Gestión de los recursos</b>		<b>Escala</b>				
7	¿Se determina y proporciona los recursos necesarios para la implementación y mantenimiento del sistema de gestión de calidad?	1	2	3	4	5
8	¿La dirección se preocupa por la educación, formación, habilidades y experiencia apropiadas del personal?	1	2	3	4	5
9	¿Se determina, proporciona y mantiene la infraestructura necesaria para lograr la conformidad con los requisitos del producto y servicio?	1	2	3	4	5

10	¿Se determina y gestiona el ambiente de trabajo necesario para lograr la conformidad con los requisitos del producto?	1	2	3	4	5
<b>Realización del productos o servicio</b>		<b>Escala</b>				
11	¿La dirección planifica y desarrolla los procesos necesarios para la realización de los servicios?	1	2	3	4	5
12	¿Se determina los requisitos especificados por los clientes, utilizando la comunicación e información necesaria para la atención adecuada?	1	2	3	4	5
13	¿La dirección se encarga de planificar y controlar el diseño y desarrollo del producto?	1	2	3	4	5
14	¿El proceso de abastecimiento es gestionado adecuadamente por la alta dirección?	1	2	3	4	5
15	¿La alta dirección planifica y valida los procesos de servicio prestado?	1	2	3	4	5
16	¿La dirección determina el seguimiento y la medición a realizar, y los dispositivos de medición y seguimiento necesarios?	1	2	3	4	5
<b>Medida, análisis y mejora</b>		<b>Escala</b>				
17	¿Se realiza el seguimiento de la información relativa a la percepción del cliente con respecto al cumplimiento de sus requisitos por parte de la organización?	1	2	3	4	5
18	¿Se establece un procedimiento para la identificación de productos conformes para su uso?	1	2	3	4	5
19	¿La dirección determina, recopila y analiza los datos apropiados para demostrar la idoneidad y la eficacia del sistema de gestión de la calidad?	1	2	3	4	5
20	¿La organización mejora continuamente la eficacia del sistema de gestión de la calidad, aplicando la reingeniería para los procesos deficientes?	1	2	3	4	5

**!!!MUCHAS GRACIAS!!!**

## ENCUESTA PARA EVALUAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Buen día.

El presente instrumento se aplica con la finalidad de conocer la satisfacción del cliente frente a los servicios hoteleros de la ciudad de Yurimaguas en el año 2018, por lo que le se pide total sinceridad en su respuesta, ya que es de suma importancia para poder evaluar dicha variable.

**Instrucciones:** marque con una X la respuesta de acuerdo a su percepción, tomando en cuenta las siguientes escalas:

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en desacuerdo, Ni de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

<b>Elementos tangibles</b>		<b>Escala</b>				
1	¿Considera que el equipamiento de las instalaciones del hotel tiene un aspecto moderno?	1	2	3	4	5
2	¿Observa usted instalaciones atractivas, por lo que llaman su atención?	1	2	3	4	5
3	¿Se observa una apariencia pulcra en los colaboradores, creando mayor confianza en el servicio?	1	2	3	4	5
4	¿Considera que los accesorios de la organización son atractiva y llamativas?	1	2	3	4	5
<b>Fiabilidad</b>		<b>Escala</b>				
5	¿Considera que la organización cumple con los requerimientos prometidos?	1	2	3	4	5
6	¿La personal toma interés en resolver los problemas e inquietudes que puede tener el cliente ante el servicio ofrecido?	1	2	3	4	5
7	¿Se aprecia la rapidez en que es atendido un cliente?	1	2	3	4	5
8	¿Se ofrece el servicio en el tiempo requerido?	1	2	3	4	5
9	¿Los errores cometidos por el personal son solucionados de manera inmediata?	1	2	3	4	5
<b>Capacidad de respuesta</b>		<b>Escala</b>				
10	¿Considera que la comunicación es permanente, para no cortar el dialogo creando relaciones efectivas con los clientes?	1	2	3	4	5
11	¿Considera que la atención de la persona es rápida e inmediata?	1	2	3	4	5
12	¿Se observa la disponibilidad de los colaboradores para ayudar a otras personas?	1	2	3	4	5

13	¿Se observa que los colaboradores responden a todos los requerimientos e inquietudes del cliente?	1	2	3	4	5
<b>Seguridad</b>		<b>Escala</b>				
14	¿Los trabajadores de la empresa transmiten confianza?	1	2	3	4	5
15	¿Se transmite confianza a través de los productos y la prestación de servicios?	1	2	3	4	5
16	¿Los colaboradores demuestran ser amables con todas las personas que los rodean?	1	2	3	4	5
17	¿Se observa respeto mutuo y una educación trascendente por parte de los trabajadores?	1	2	3	4	5
<b>Empatía</b>		<b>Escala</b>				
18	¿La atención del personal se realiza de manera individual para conocer las necesidades de cada cliente?	1	2	3	4	5
19	¿Los horarios se ajustan a los requerimientos de los clientes?	1	2	3	4	5
20	¿Considera que el personal se interesa por ofrecer un servicio personalizado para cada cliente?	1	2	3	4	5
21	¿El personal se preocupa por lo interés de los clientes?	1	2	3	4	5
22	¿El personal demuestra interés por las necesidades de los clientes?	1	2	3	4	5

**!!!MUCHAS GRACIAS!!!**

### Anexo 3: Confiabilidad (Alfa de Cronbach)

#### Variable independiente: Gestión de calidad hotelera

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	207	100,0
	Excluidos <sup>a</sup>	0	,0
	Total	207	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,981	20

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
GCH1	45,50	320,144	,825	,980
GCH2	45,47	318,105	,844	,980
GCH3	45,49	319,911	,826	,980
GCH4	45,46	318,541	,850	,980
GCH5	45,47	316,687	,847	,980
GCH6	45,44	318,917	,820	,980
GCH7	45,54	316,337	,851	,980
GCH8	45,52	316,047	,844	,980
GCH9	45,50	318,319	,838	,980
GCH10	45,44	316,752	,857	,980
GCH11	45,45	321,229	,810	,980
GCH12	45,42	315,905	,857	,980
GCH13	45,48	315,950	,852	,980
GCH14	45,47	318,444	,835	,980
GCH15	45,48	317,959	,849	,980
GCH16	45,44	321,277	,824	,980
GCH17	45,48	318,571	,847	,980
GCH18	45,49	315,979	,853	,980
GCH19	45,46	316,201	,848	,980
GCH20	45,52	322,027	,815	,980



**Variable dependiente: Satisfacción del cliente****Resumen del procesamiento de los casos**

		N	%
Casos	Válidos	207	100,0
	Excluidos <sup>a</sup>	0	,0
	Total	207	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

**Estadísticos de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,983	22

**Estadísticos total-elemento**

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
SC1	50,30	393,958	,847	,982
SC2	50,32	393,472	,835	,982
SC3	50,44	395,802	,828	,982
SC4	50,34	393,458	,847	,982
SC5	50,30	393,832	,832	,982
SC6	50,36	390,784	,859	,982
SC7	50,26	390,572	,862	,982
SC8	50,36	396,096	,829	,982
SC9	50,32	391,209	,863	,982
SC10	50,38	391,742	,852	,982
SC11	50,39	394,345	,856	,982
SC12	50,32	393,141	,849	,982
SC13	50,39	392,171	,850	,982
SC14	50,39	392,287	,847	,982
SC15	50,30	392,395	,845	,982
SC16	50,35	393,307	,840	,982
SC17	50,35	392,055	,853	,982
SC18	50,33	395,620	,835	,982
SC19	50,34	395,450	,821	,982
SC20	50,34	393,760	,843	,982
SC21	50,38	397,344	,816	,982
SC22	50,35	390,725	,863	,982