FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA, TURISMO Y GASTRONOMÍA

Carrera de Administración Hotelera

"CALIDAD DEL SERVICIO HOTELERO EN HOTELES CATEGORIZADOS DE CARHUAZ Y LA SATISFACCIÓN DE TURISTAS NACIONALES DURANTE JULIO A DICIEMBRE DEL 2019"

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración Hotelera

CÉSAR VLADIMIR LOLI POCCORI

(0000-0002-9684-5125)

Asesora:

GIANNINA CRESPO DEL BUSTO

(0000-0003-2513-3865)

Lima – Perú

2021

Índice

INTRODUCCIÓN 1

Capítulo 1: identificación y formulación del problema 3

1.1. Planteamiento del problema 3

1.2. Formulación del problema 5

1.2.1. Problema general 5

1.2.2. Problemas específicos 5

1.3 Justificación de la investigación 5

1.3.1. Justificación Teórica 5

1.3.2. Justificación Práctica 6

Capítulo 2: Marco Teórico 7

2.1. Antecedentes 7

2.2 Bases Teóricas 11

2.2.1 Turismo en el Perú. 11

2.2.1.1 Turismo interno. 12

2.2.2 Sector hotelero en el Perú. 12

2.2.2.1 Definición de hotel. 12

2.2.2.2 Características de hoteles en el Perú. 13

2.2.2.3 Clasificación y categorización. 13

2.2.2.4 Actualidad Perú-Carhuaz. 20

2.2.3 Calidad en el servicio. 25

2.2.3.1 Definición de calidad del servicio. 25

2.2.3.2 Características de calidad del servicio. 25

2.2.3.3 Teorías de la calidad del servicio. 26

2.2.3.4 Dimensiones de calidad del servicio. 27

2.2.4 Satisfacción del cliente 29

2.2.4.1 Definición de satisfacción. 29

2.2.4.2 Características de la satisfacción. 29

2.2.4.3 Teorías de la satisfacción. 30

2.2.4.4 Dimensiones de la satisfacción. 31
Capítulo 3: Objetivos e hipótesis 33
3.1 Objetivo General 33
3.2 Objetivos específicos 33
3.3 Hipótesis General 33
3.4 Hipótesis Específicas 33
Capítulo 4: Metodología 34
4.1 Tipo y diseño de investigación 34
4.1.1 Tipo de investigación 34
4.1.2 Diseño de investigación 34
4.2 Variables 34
4.3 Población y Muestra 35
4.3.1 Limitaciones 40
4.4 Instrumento de investigación 41
4.5 Procedimientos de recolección de datos 43
Capítulo 5: Resultados 44
5.1 Presentación de Resultados 44
5.1.1 Resultados de los datos generales de los encuestados 44
5.1.2 La Evaluación del personal 48
5.1.3 La Evaluación de las Instalaciones y Funcionamiento 55
5.1.4 La Organización del Servicio 61
5.2 Contrastación de Hipótesis 68
5.2.1 Test de Normalidad 68
5.2.2 Rho de Spearman 69
5.2.3 Contraste de Hipótesis 70
5.2.3.1 Hipótesis General 70
5.2.3.2. Hipótesis Especifica N° 1 71
5.2.3.3 Hipótesis Especifica N°2 72
5.2.3.4 Hipótesis Especifica N°3 74

5.3 Discusión 75
5.4 Conclusiones 77
5.5 Recomendaciones 78
Referencias bibliográficas 79

índice de Tablas

Tabla N°1 14

Infraestructura mínima para un establecimiento de hospedaje clasificado como hotel de 2 y 3 estrellas 14

Tabla N°2 15

Infraestructura mínima para un establecimiento de hospedaje clasificado como hostales 15

Tabla N°3 16

Infraestructura mínima para un establecimiento de hospedaje clasificado como Albergue. 16

Tabla N°4 17

Condiciones mínimas de equipamiento según clasificación 17

Tabla N°5 17

Condiciones mínimas del servicio según clasificación 17

Tabla N°6 18

Condiciones mínimas del personal en hoteles 18

Tabla N°7 18

Condiciones mínimas de servicios para Hostales de 2 y 3 Estrellas 18

Tabla N°8 19

Condiciones mínimas para un Albergue 19

Tabla N°9 20

Calendario turístico de los meses de julio a diciembre en la provincia de Carhuaz. 20

Tabla N°10 35

Listado de Establecimientos Hoteleros Categorizado en la Provincia de Carhuaz 35

Tabla N°11 38

Pernoctaciones de turistas nacionales en un establecimiento de hospedaje categorizado en la provincia de Carhuaz durante julio a diciembre del 2019 38

Tabla N°12 39

Índice de Ocupabilidad Hotelera en Carhuaz en un establecimiento de hospedaje categorizado durante julio a diciembre del 2019 39

Tabla N°13 39
Números de Encuestas según categorización de establecimientos de hospedajes 39
Tabla N°14 42
Cuadro de valores Alfa de Cronbach 42
Tabla N°15 42
Resumen de procesamiento de casos 42
Tabla N°16 43
Estadísticas de fiabilidad 43
Tabla N°17 48
El personal tiene un aspecto limpio y aseado 48
Tabla N°18 49
El personal demuestra actitud al responder sus consultas 49
Tabla N°19 50
El personal del hotel está disponible en todo momento 50
Tabla N°20 51
El personal del hotel inspira confianza 51
Tabla N°21 52
El Personal es competente y profesional 52
Tabla N°22 53
El personal del hotel demuestra y conoce las necesidades de los huéspedes 53
Tabla N°23 54
El personal del hotel logra todas sus consultas 54
Tabla N°24 55
Los ambientes y equipamientos están bien conservados (ascensores, habitaciones, pasillos, etc.) 55
Tabla N°25 56
Los ambientes e instalaciones son agradables (ascensores, habitaciones, pasillos, etc.)… 56

Tabla N°26 57
Las instalaciones siempre están limpias (ascensores, pasillos, etc.) 57
Tabla N°27 58
Las instalaciones son confortables y acogedoras (ascensores, pasillos, etc.) 58
Tabla N°28 59
Se consigue fácilmente información de los servicios que el huésped necesita 59
Tabla N°29 60
Las instalaciones cumplen con las normas de seguridad 60
Tabla N°30 61
Se da el servicio según lo que se ha contratado 61
Tabla N°31 62
Los empleados del hotel resuelven de manera eficaz los problemas del huésped ... 62
Tabla N°32 63
Los empleados del hotel registran los datos del huésped de manera correcta. 63
Tabla N°33 64
Los servicios del hotel funcionan con rapidez (Check-in, Desayuno, Check-out, etc.) 64
Tabla N°34 65
Siempre hay una persona de la dirección a disposición del huésped por si surge algún problema 65
Tabla N°35 66
Se actúa con discreción y se respeta la intimidad del huésped 66
Tabla N°36 67
Hacen que el huésped se sienta importante 67
Tabla N°37 69
Test de Normalidad 69
Tabla N°38 70
Nivel de Correlación 70
Tabla N°39 71

Correlación de la Hipótesis General..... 71
Tabla N° 40..... 72
Correlación de la Hipótesis Especifica N°1 72
Tabla N° 41..... 73
Correlación de la Hipótesis Especifica N°2 73
Tabla N°42..... 74
Correlación de la Hipótesis Especifica N°3 74

índice de Gráficos

Gráfico N°1 44
Edades por porcentaje de turistas 44
Gráfico N°2 45
Género de los encuestados 45
Gráfico N°3 45
Grado de instrucción de los encuestados 45
Gráfico N°4 46
Categoría de Establecimiento de Hospedaje que utilizan los turistas 46
Gráfico N°5 46
Motivo de viaje a Carhuaz 46
Gráfico N°6 47
Personas con la que Viaja a Carhuaz 47
Gráfico N°7 48
El personal del hotel tiene un aspecto limpio y aseado 48
Gráfico N°8 49
El personal demuestra actitud al responder sus consultas 49
Gráfico N°9 50
El personal del hotel está disponible en todo momento 50
Gráfico N°10 51
El personal del hotel inspira confianza 51
Gráfico N°11 52
El personal es competente y profesional 52
Gráfico N°12 53
El personal del hotel demuestra y conoce las necesidades de los huéspedes 53
Gráfico N°13 54
El personal del hotel logra resolver todas sus consultas 54
Gráfico N°14 55

Los ambientes y equipamientos están bien conservados (ascensores, habitaciones, pasillos, etc.)..... 55

Gráfico N°15 56

Los ambientes e instalaciones son agradables. (ascensores, habitaciones, pasillos, etc.)..... 56

Gráfico N°16 57

Las instalaciones siempre están limpias (ascensores, pasillos, etc.) 57

Gráfico N°17 58

Las instalaciones son confortables y acogedoras (ascensores, pasillos, etc.)..... 58

Gráfico N°18 59

Se consigue fácilmente información de los servicios que el huésped necesita 59

Gráfico N°19 60

Las instalaciones cumplen con las normas de seguridad 60

Gráfico N°20 61

Se da el servicio según lo que se ha contratado 61

Gráfico N°21 62

Los empleados del hotel resuelven de manera eficaz los problemas del huésped ... 62

Gráfico N°22 63

Los empleados del hotel registran los datos del huésped de manera correcta..... 63

Gráfico N°23 64

Los servicios del hotel funcionan con rapidez (Check-in, Desayuno, Check-out, etc.)..... 64

Gráfico N°24 65

Siempre hay una persona de la dirección a disposición del huésped por si surge algún problema..... 65

Gráfico N°25 66

Se actúa con discreción y se respeta la intimidad del huésped 66

Gráfico N°26 67

Hacen que el huésped se sienta importante 67

índice de Anexos

Anexo N°1: Matriz de consistencia..... 84

Anexo N°2: Indicadores de ocupabilidad en un Hotel de 3 Estrellas en Carhuaz durante julio a diciembre del 2019 87

Anexo N°3: Indicadores de ocupabilidad de un Hotel de 2 Estrellas en Carhuaz durante julio a diciembre del 2019 88

Anexo N°4: Indicadores de ocupabilidad de un Hostal de 3 Estrellas en Carhuaz durante julio a diciembre del 2019 89

Anexo N°5: Indicadores de ocupabilidad de un Hostal de 2 Estrellas en Carhuaz durante julio a diciembre del 2019 90

Anexo N°6: Indicadores de ocupabilidad de un Alberge en Carhuaz durante julio a diciembre del 2019 91

Anexo N°7: Glosario de términos..... 92

Anexo N°8: Juicios de Expertos N°1..... 94

Anexo N°9: Juicios de Expertos N°2..... 105

Anexo N°10 Juicios de Expertos N°3..... 118

DEDICATORIA

Doy gracias a Dios por ser mi guía y darme fuerzas para seguir adelante en lograr mis objetivos trazados, a mi hermano Jesús y mi tío David que desde el cielo me iluminan, dedico a mi padre y madre por todo el apoyo que siempre me brindan para lograr mis metas. Agradezco a mi asesora **Giannina Crespo del Busto** por guiarme en todo este tiempo que me tomo realizar esta investigación, por darme las recomendaciones necesarias para la culminación de mi tesis.

Agradezco a los Docentes Silvia Seminario Estremadoyro y Marco Victorio Diaz por el apoyo brindado en la elaboración de las encuestas para culminar este trabajo.

INTRODUCCIÓN

El turismo interno en el Perú es aprovechado para generar una mejor economía, y calidad social de las poblaciones rurales localizadas en los principales destinos turísticos del Perú, además este modo de gestión, está basado en la participación local como elemento fundamental, lo que permite la sostenibilidad de la actividad turística (como actividad económica complementaria), a través del desarrollo de productos y servicios diversos, usando adecuadamente sus activos naturales, culturales, financieros, humanos, sociales y físicos. (MINCETUR).

Carhuaz es una provincia del departamento de Ancash y ocupa una extensión de 192.62 kilómetros cuadrados. Esta provincia es de gran importancia porque se encuentra dentro del Callejón de Huaylas, y cuenta con una amplia gama de atractivos turísticos de flora y fauna, que permiten contar con hermosas zonas turísticas que son visitadas en forma diaria por turistas nacionales, que optan por hospedarse en los hoteles de Huaraz, ya que consideran que los hoteles de Carhuaz no cumplen con sus expectativas.

La presente investigación se centró en identificar la relación que existe entre calidad de servicio hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz, y la satisfacción de turistas nacionales durante el segundo semestre del 2019, ya que en estas fechas es mayor la demanda de hospedaje de turistas nacionales a esta provincia debido a las fiestas patronales que se celebran entre julio a diciembre.

En el capítulo 1 se identificó el planteamiento general del problema ¿Qué relación existe entre calidad de servicio en hoteles categorizados de Carhuaz, y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019? El presente trabajo de investigación servirá para profundizar el conocimiento sobre la calidad del servicio y satisfacción ya que se utilizará el “Modelo Hotelqual”, este modelo sirve para medir la calidad percibida en servicios de alojamiento, consta de 3 dimensiones: la calidad de atención, las instalaciones y/o equipamientos y la organización del servicio.

Este trabajo de investigación se basa en la necesidad de identificar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los turistas en hoteles categorizados para mejorar el servicio hotelero en la provincia de Carhuaz.

En el capítulo 2 se desarrolló el marco teórico, los antecedentes internacionales, y nacionales con trabajos de investigación que utilizaron las variables calidad de servicio

o satisfacción en el ámbito hotelero, como las de Duran A., León L. (Colombia 2019) en su investigación titulada, “Calidad del servicio hotelero de Villavicencio”, Horna E. (2015), en su investigación titulada “Percepción en la calidad del servicio de atención al cliente en el Hotel Casa Andina Select, Chiclayo”, Raymundo E. (2017) en su investigación titulada “Calidad de servicio en el Hotel Awari Pastoruri Huaraz 2017”.

En el capítulo 3 se describieron los objetivos e hipótesis, siendo el objetivo principal identificar la relación que existe entre calidad de servicio en hoteles categorizados de Carhuaz, relacionado a la satisfacción de turistas nacionales vinculado a los seis últimos meses del 2019. La hipótesis general fue si existe relación positiva entre la calidad de servicio hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz, y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019.

En el capítulo 4 se demostró la metodología empleada donde se señala que esta investigación es de enfoque cuantitativo, diseño no experimental, transaccional-correlacional. Se utilizaron las variables calidad del servicio y satisfacción, y se muestran las dimensiones que son la evaluación del personal, evaluación de las instalaciones, y la organización del servicio, se aplicó la encuesta HOTELQUAL mediante una escala de Likert a una muestra de 180 turistas.

En el capítulo 5, se muestran los resultados obtenidos a través del cuestionario HOTELQUAL, cuya muestra representativa fue de 180 turistas nacionales que se hospedaron en la provincia de Carhuaz durante Julio a diciembre del 2019, se ha podido determinar la relación entre la calidad del servicio que prestan los hoteles de la provincia de Carhuaz con la satisfacción, estos muestran que el 41% de los turistas consideran que los establecimientos de hospedaje de Carhuaz ofrecen un servicio de mala calidad, mientras que el 34%, consideran que ofrecen una buena calidad en el servicio.

Capítulo 1: identificación y formulación del problema

1.1. Planteamiento del problema

El turismo interno a nivel mundial es una actividad muy consolidada, algunos países muestran un crecimiento de 10% a 15% anual, es un turismo considerado de integración cultural, y social, ha pasado de ser una actividad de carácter complementario, a ser hoy una actividad con perspectivas reales de negocio, y rentabilidad. Hace uso del entorno no urbano, genera efectos positivos, e incluye a la población local como actores culturales (L. Solano 2017).

Según el plan de desarrollo turístico de la Municipalidad de Carhuaz realizado en el 2017, Carhuaz no contaba con proyectos de inversión pública en turismo, en los planes regionales y nacionales no figuraban proyectos de turismo para la provincia para los años siguientes. La falta de conciencia turística de parte de las autoridades de turno y de la población hacen que los recursos, y atractivos turísticos de este distrito no se encuentren dentro de la oferta turística regional, sumado a ello el centralismo de los operadores turísticos que solo venden los circuitos tradicionales desde hace más de 3 décadas. El estudio también mostro que no existía inversión en los recursos, y atractivos turísticos de parte del gobierno local, regional, y nacional, falta señalización e información turística y además el personal que trabaja para los prestadores de servicio turístico presentan una falta de estabilidad laboral, todo ello incide en la baja calidad de servicio en la provincia de Carhuaz.

Las nuevas tendencias se posicionan al lado de la calidad, los consumidores están en busca de un servicio único que cubra sus necesidades y que cumpla sus expectativas, por lo tanto para determinar la relación entre la calidad en el servicio y la satisfacción se empleará el modelo Hotelqual, este modelo considera 3 dimensiones, la primera es la evaluación del personal, que tan dispuesto está el personal a ayudar a los huéspedes, la disponibilidad, la confianza, la discreción y las competencias del personal para conocer las necesidades del cliente; la segunda dimensión es la evaluación de las instalaciones donde los huéspedes someterán a juicio el estado de las dependencias, confortabilidad y la seguridad de estas; la tercera es la organización de servicio (la gerencias y áreas administrativas), en el que el huésped evaluará la organización del personal, la gestión de datos y la rapidez y el orden en el que se ofrece el servicio (Parra D. y Duque E. 2015).

De acuerdo con la información estadística publicada por MINCETUR, en la provincia de Carhuaz durante los meses de julio a diciembre del 2019 pernoctaron en los establecimientos hoteleros categorizados alrededor de 3,266 turistas nacionales.

La satisfacción de los turistas tiene relación con la calidad de servicio, por lo tanto, es importante que los hoteles, que son uno de los principales servicios que consumen los turistas, ofrezcan un buen servicio, buena infraestructura, y servicios complementarios, por eso es necesario conocer cuáles son esos aspectos de calidad que deben tener y analizar porque están relacionados con la satisfacción de los turistas. (Condori C. 2017)

Montoya y Boyero (2013), citado por García A. (2016), menciona que el servicio al cliente es el conjunto de acciones que un proveedor brinda a sus clientes, con el fin de lograr que el servicio recibido reúna aspectos con una diferenciación con el resto de las organizaciones que ofrecen servicios similares lográndose a través del mejoramiento de los distintos aspectos que participan en ese proceso para satisfacer al cliente.

Leppard y Molyneux (2000), citado por García A. (2016) da a conocer que la organización debe entender el punto de vista de cada usuario, en cuanto a la interpretación del el servicio al cliente, ya que depende de las diferentes realidades de cada uno, para algunos consumidores consiste en tener acceso al servicio cuando lo necesite, considerar aspectos formales como cumplimiento de horarios convenidos, brindar receptividad escuchando las necesidades del cliente, respetar el cumplimento de las citas, ofrecer demostraciones favorables, entre otros.

Maeso et al, (1999), citado por Torres E. (2006). La infraestructura de un hotel está formada por las instalaciones que sirven como soporte tangible de la actividad, es decir, la estructura física y funcional que permite la prestación del servicio hotelero. La infraestructura del sector hotelero se asienta en tres grupos de dotaciones. Recursos primarios o factores naturales del entorno derivados por su localización en un destino determinado: playas, montañas, flora, fauna, etc. Recursos secundarios o factores artificiales compartidos por las empresas turísticas del destino: red de carreteras, puertos, aeropuertos, energía, etc. Instalaciones físicas de un hotel, que son las consideradas en este estudio.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Qué relación existe entre calidad de servicio hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019?

1.2.2. Problemas específicos

a) ¿Qué relación existe entre la calidad de atención del personal hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019?
b) ¿Qué relación existe entre la calidad de las instalaciones de los hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019?
c) ¿Qué relación existe entre la organización del servicio de los hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019?

1.3 Justificación de la investigación

1.3.1. Justificación Teórica

El presente trabajo de investigación servirá para profundizar en estudios sobre la calidad del servicio y satisfacción ya que se utilizó el "Modelo Hotelqual", citado por Parra D. y Duque E., (2015) en la Revista Empresarial REP, en el cual citaron este modelo para medir la calidad percibida en servicios de alojamiento este modelo consta de 3 dimensiones: la calidad de atención, las instalaciones y/o equipamientos y la organización del servicio.

En el presente trabajo de investigación se propone investigar la calidad del servicio hotelero en la provincia de Carhuaz y la satisfacción del turista nacional a través del modelo Hotelqual. Si bien existen investigaciones sobre calidad en el servicio estos han utilizado el modelo Servqual, existen pocas investigaciones que hayan utilizado el instrumento Hotelqual ya que no es el más utilizado, Hotequal

mide la calidad del servicio de acuerdo con tres dimensiones: Calidad de atención, las instalaciones y/o equipos y la Organización.

1.3.2. Justificación Práctica

Este trabajo de investigación se basa en la necesidad de conocer la calidad del servicio hotelero en la provincia de Carhuaz y elevar la calidad de este, lo que generaría un impacto positivo en la ocupación de los establecimientos de hospedaje y aumentar la afluencia de turistas en la localidad, y así también se generara más puestos de trabajo para los habitantes de la zona como empleados, guías de turismo, restaurantes entre otros servicios relacionados

Los resultados de esta investigación servirán de guía para la evaluación y mejora del servicio hotelero y la satisfacción de los huéspedes para los hoteles en Carhuaz.

Capítulo 2: Marco Teórico

2.1. Antecedentes

En la Investigación de Jasinskas E., Streimikiene D., Svagzdiene B. & Simanaviciu A., (Lithuania 2016), titulada “Impacto de la calidad del servicio hotelero en la lealtad de los clientes”, cuyo objetivo fue determinar cómo los huéspedes evalúan la calidad de servicio ofrecido por los hoteles en Lituania, y cómo estos afectan su lealtad. Se aplicó un cuestionario Servqual a 224 huéspedes para identificar los motivos por los que los huéspedes se encuentran satisfechos, y son leales al hotel. Los resultados determinaron que los huéspedes que residen en Lituania tenían expectativas más altas para la calidad del servicio que los huéspedes extranjeros, mientras que la calidad experimentada fue evaluada más baja por los huéspedes nacionales que los huéspedes extranjeros. Los autores concluyeron que mientras más alta sea la calidad de los servicios, mayor será la lealtad de los huéspedes. Asimismo, una mayor lealtad entre los huéspedes permite al establecimiento hacer ahorros al disminuir los costos de marketing. Durante la investigación se descubrió que el impacto de la calidad de los servicios hoteleros en la lealtad de los clientes fue positiva: los clientes que valoraron la calidad de servicio eran más leales, y tendían a utilizar los servicios del hotel repetidamente y lo recomendaban a amigos y conocidos.

En la investigación de Muñoz G. (Ecuador 2017), titulada “Análisis de la calidad de servicio del hotel Perla Verde de la ciudad de Esmeraldas”, el objetivo de esta fue analizar la calidad del servicio que brinda el personal del hotel, se logró identificar las debilidades o deficiencias que mantienen los procesos administrativos en el hotel. Los instrumentos de investigación fueron: la observación científica la que se realizó en la visita al Hotel para comprobar de qué manera se ejecutó los procedimientos para otorgar un servicio de calidad al cliente en el hotel, se entrevistó a dos ejecutivos, se realizaron encuestas a 12 colaboradores y test a 176 huéspedes utilizando el método Servqual. La autora concluyó que existe una limitada planificación operativa, la falta de capacitación al personal del hotel, la inexistencia de manuales de procedimientos y de funciones y la falta de calidad en la entrega del servicio al cliente, las percepciones por el servicio recibido superaron las expectativas que se tenían antes de recibir el servicio, sin embargo, en algunas variables del Servqual se presentaron variaciones negativas como en a la fiabilidad y la seguridad de los alrededores del hotel.

En la investigación de Duran A., León L. (Colombia 2019). Titulada “Calidad del servicio hotelero de Villavicencio”, el objetivo fue medir la calidad del servicio hotelero para decidir como factor de destino turístico a esta ciudad. Para tal efecto se encuestó mediante el cuestionario Servqual a 300 huéspedes de los hoteles de la ciudad, esto dio como resultado que la calidad en el servicio de Villavicencio se encontró que, la capacidad de respuesta, la seguridad, empatía, bienes tangibles, en el servicio hotelero la percepción es mayor que la expectativa, con lo que se evidencia un grado de satisfacción. Los autores llegaron a la conclusión que se presentaron dos actitudes en el momento de prestar el servicio al huésped, las cuales son positivas y negativas. En el aspecto positivo fueron de gran importancia ya que al tener este equilibrio se puede generar un ambiente proactivo y llamativo al público con el fin de crear un plan estratégico con el propósito de brindar un excelente servicio a los clientes y de esta manera fidelizar sin ningún inconveniente a los huéspedes, desarrollando una ventaja competitiva. En el aspecto negativo se lleva una mala imagen del hotel, ya que en el momento de calificar el cliente lo hace de manera general.

En la investigación de Fortez J. y Solines R. (España 2016), titulada “Estudio y Análisis de la satisfacción del servicio hotelero, Caso Hotel Carlota”, el objetivo fue analizar las expectativas previas a la estadía, la percepción durante su estancia y la importancia de cada dimensión y atributo planteado para los huéspedes. Se utilizó el modelo Servqual a una muestra de 150 huéspedes, las encuestas fueron realizadas en base a una escala de 10 puntos, como resultado se determinó que los atributos de la variable satisfacción es de mayor importancia a la hora de definir la calidad de un hotel boutique como es la presentación de las instalaciones, la eficacia del personal en resolver problemas y la disponibilidad de información. Los autores concluyeron que se trata por tanto de un servicio personalizado que proporciona una experiencia adaptada a cada huésped, además existe una diferencia representativa en todos los atributos señalados, tomando en cuenta que es un porcentaje positivo, ya que todos los atributos lograron superar las expectativas de los huéspedes, con excepción del servicio personalizado sin errores, ya que presenta una opinión negativa, que es necesario mejorarse dentro del hotel.

En la investigación de Macías C. (Ecuador 2018), titulada “El departamento de Recepción y la satisfacción de los turistas en los hoteles en el Cantón Babahoyo, Provincia de los Ríos”, el objetivo fue analizar el departamento de recepción para medir la satisfacción de los turistas en los hoteles de la ciudad de Babahoyo, los cuales fueron: Hotel Cacharí, Hotel Nuevo Cacharí, Hotel Perla Verle y el Hotel Capítol, se realizaron

encuestas al personal de recepción de los cuatro hoteles, para conocer su nivel de formación y competencias laborales, también se encuestaron a 60 huéspedes para medir su nivel de satisfacción con relación a los servicios que brinda el departamento de recepción, se obtuvo como resultado que un 38% de los encuestados, consideraron que el cumplimiento de sus necesidades fueron muy bueno, 57% lo consideraron bueno y un 5% lo consideraron regular. La autora llegó a la conclusión que la atención al cliente debe mejorar para aumentar el nivel de satisfacción de los huéspedes. Los recepcionistas presentaron ciertas deficiencias en cuanto a su formación profesional especialmente en atención al cliente y en capacitaciones para mejorar su desempeño. La propuesta fue elaborar una guía de mejoras para la atención del turista en el departamento de recepción.

En la investigación de Horna E. (2015), titulada “Percepción en la calidad del servicio de atención al cliente en el hotel Casa Andina Select, Chiclayo”, el objetivo fue determinar la calidad del servicio percibido respecto al personal, instalaciones y organización del hotel, utilizando el modelo Hotelqual (cuestionario para medir la calidad de servicio en hoteles) con escala tipo Likert, se aplicó a una muestra de 30 huéspedes durante una semana, para conocer la percepción de los usuarios del hotel frente a la atención proporcionada por el personal, a las instalaciones y a la organización en su conjunto. Como resultado se halló que la calidad de los servicios percibidos en el hotel según los lineamientos del modelo mencionado con respecto al personal llego a ser 100% de satisfacción en relación con la disposición de ayuda, confianza que inspiran, facilitación de información, competencia y profesionalismo de los trabajadores, además las instalaciones del hotel presentaron un 100% de satisfacción. En la organización de los servicios del Hotel Casa Andina Select ofertadas a los usuarios, manifestaron un 100% de satisfacción debido a que se cumple el servicio según lo contratado, el ingreso correcto de datos en la estadía del cliente, los servicios ofrecidos funcionan con rapidez, personal disponible para solucionar cualquier eventualidad del cliente.

En la investigación de Raymundo E. (2017), “Calidad de servicio en el Hotel Awari Pastoruri Huaraz 2017”. El objetivo fue determinar la calidad del servicio del Hotel Awari Pastoruri, se utilizó un diseño no experimental, en el que se evaluó mediante el cuestionario Hotelqual a 100 huéspedes, como resultado se obtuvo que, un 100% de los huéspedes encuestados, indicaron que la calidad de servicio del hotel satisface sus necesidades, en lo que se refiere a personal el 100% de los huéspedes indicaron que el personal de cada área es amable, atento, y tienen las fortalezas, y las habilidades

necesarias para satisfacer a los huéspedes, en lo que respecta a las instalaciones el 100% de los huéspedes indicó que, el hotel está bien conservado, y su estructura es moderna, las instalaciones físicas del hotel son visualmente atractivas, y cumplen con las normas de seguridad, solo un 99% de los huéspedes indicaron que se brinda los servicios según las condicione solicitadas, por último siempre cuenta con personal de dirección a disposición del cliente.

En la investigación de Lozano, G. y Najar, O. (2016), titulada “Satisfacción Laboral y calidad de servicio en el Hotel Terra Andina del Cusco, periodo 2016”. Se detectó la problemática, que en este establecimiento los trabajadores no se encontraban satisfechos totalmente debido a diversos aspectos tanto organizacionales como internos, que incluían: nulidad de sistema de puntos hoteleros, carencia de reconocimiento laboral por los logros realizados, falta de conocimiento respecto al trabajo realizado. El objetivo de la investigación fue determinar la relación entre el nivel de satisfacción laboral del personal del hotel Terra Andina del Cusco, y la Calidad de los servicios brindados a turistas, se aplicaron encuestas por un lado a los 21 trabajadores del hotel, y por otro a 1,500 turistas. Como resultado de la investigación se halló que los trabajadores se encontraban regularmente satisfechos, y los turistas percibieron la calidad de los servicios como regular. El autor concluyó que, en esta investigación, existe una significativa relación directa entre la satisfacción laboral y la calidad de servicios brindados a turistas en el hotel Terra Andina del Cusco.

En la investigación de Funegra R. (2018), titulada “Calidad de servicio y satisfacción de huéspedes en el hotel Libertador Puno”, el objetivo fue analizar cómo influye la calidad de servicio en el sector hotelero en la satisfacción del cliente, la investigación fue tipo cuantitativo, se encuestó a 2,938 huéspedes, se utilizó el modelo Hotelqual, para evaluar la percepción de los huéspedes que visitaron el hotel Libertador Puno. El muestreo fue desarrollado entre los meses de octubre y noviembre del 2018. El autor concluyó que, las dimensiones que tuvieron mayor relación con la satisfacción del huésped fueron: evaluación del personal (el personal tiene aspecto limpio y aseado) y organización en el servicio (se prestan el servicio según lo contratado), dos dimensiones directamente vinculadas al personal que trabaja en el hotel. Las variables que pertenecen a la dimensión Instalaciones resultaron con valoración inferior al 0.5 por lo que no se consideran como datos relevantes para el análisis.

En la investigación de Panduro J. y Rojas A. (2018), titulada “Relación de la calidad de servicio, y la satisfacción del cliente en el hotel Sauce Resort del distrito de

Sauce, San Martin 2018". Esta investigación tuvo como objetivo evaluar cómo se relaciona la calidad del servicio, y la satisfacción del cliente para establecer la correlación entre ambas variables, se aplicó una encuesta basada en el modelo Servqual a una muestra de 282 turistas que hicieron uso de los servicios del hotel Sauce Resort. Como resultado se encontró que el 54% de turistas consideraron que la calidad del servicio era alta, un 44% lo consideraron como media y un 2% como baja. El autor llegó a la conclusión que las variables se relacionan directamente, es decir la calidad del servicio que brinda el hotel Sauce Resort en el distrito de San Martín, con sus dimensiones de empatía, fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta, y tangibilidad, inciden directamente en la satisfacción del cliente, y sus dimensiones de comunicación, precio, transparencia, y expectativas. Se recomendó la implementación adecuada de políticas internas que generen mejoramiento en la calidad del servicio, y la satisfacción del cliente, y el profesionalismo en la atención, puntualidad y honestidad por parte del personal.

2.2 Bases Teóricas

Aquí encontraremos las definiciones, características, teorías y dimensiones de las variables que son relevantes para este estudio ya que se contrastan puntos de vista de autores que lo enriquecen.

2.2.1 Turismo en el Perú.

En Lima-Perú el turismo genera 181,600 empleos, las divisas generadas por el sector turismo representan el 3,9% del Producto Bruto Interno (PBI) del Perú, y el 4,6% del PBI de Lima. Al año 2026, el aporte económico de esta actividad para la capital peruana crecerá 7,2% en promedio (CANATUR 2019).

Sin embargo, cifras completas del MINCETUR del año 2019 revelan que el turismo receptivo cayó -1.1%. El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) publicó en su página web las estadísticas completas de enero a diciembre de 2019, las cuales revelan que el turismo receptivo en 2019 no creció 1% y mucho menos 6%, como aseguran en todos los medios, el ministro Edgar Vásquez y el presidente ejecutivo de PROMPERU, Luis Torres. Según las cifras oficiales del propio Mincetur, la llegada de turistas internacionales al Perú disminuyó -1.1% el año pasado, comparado con los resultados de 2018 (Pagina Web de Turismo Turiweb).

2.2.1.1 Turismo interno.

De acuerdo con la investigación de mercado “Segmentación y Tendencias del turismo” de PROMPERU (2013), el turismo interno se segmenta de la siguiente manera:

- Grupo de Viaje: solo, en grupo de amigos, pareja, familia

- Ciclo de vida: milenial (años 80´), familia, pareja, solteros, seniors (ancianos)

- Estilo de vida: birdwatcher (amantes de la naturaleza en especial aves), surfer (surfistas de playas), outdoors (vida al aire libre con la naturaleza) (pág. 29)

Según el PROMPERU (2017), el perfil del turista nacional que visita la Región Ancash posee las siguientes características:

- Hombres 51%, Mujeres 49%.
- La Mayoría son de NSE “B”
- Planifican su viaje una semana de anticipación
- La razón por la que decidió viajar fue para observar el paisaje y la naturaleza y ver los atractivos turísticos.
- El 88% no hace uso de Agencias de Viajes.
- El motivo de la visita fue por vacaciones y recreación.
- Pasan 3 noches aproximadamente.
- Usan hoteles como medio de alojamiento.
- El gasto promedio es de 576 soles.
- Viajan en grupos con niños.

2.2.2 Sector hotelero en el Perú.

2.2.2.1 Definición de hotel.

Establecimiento de Hospedaje: local destinado a prestar servicio de alojamiento no permanente para que sus huéspedes pernocten en sus habitaciones o departamentos con la posibilidad de incluir otros servicios complementarios, a condición del pago de una contraprestación previamente establecida en las tarifas del

establecimiento de hospedaje. El establecimiento puede incluir oficinas administrativas del establecimiento de hospedaje. (Resolución Ministerial N°170-2018 MINCETUR)

Hotel: establecimiento de hospedaje que ocupa la totalidad de una edificación, estos establecimientos de hospedaje deben cumplir con las condiciones mínimas para ser categorizados de 1 a 5 estrellas por el MINCETUR. (Resolución Ministerial N°170-2018 MINCETUR)

2.2.2.2 Características de hoteles en el Perú.

La Resolución Ministerial N°170-2018 MINCETUR menciona lo siguiente:

Categoría: rango de estrellas que se otorga al establecimiento de hospedaje con la finalidad de diferenciar las condiciones de funcionamientos que ofrecen. Solo se categorizan los establecimientos de hospedaje de la clase hotel, apart-hotel y hostal.

Clase: identificación del establecimiento de hospedaje como: hotel, apart-hotel, hostal, albergue, de acuerdo con las características de la edificación, de la infraestructura, del equipamiento y de los servicios que ofrecen.

Hostales: establecimiento hotelero que ocupa la totalidad de una edificación. Los establecimientos de hospedaje para ser categorizados como hostales de una a tres estrellas deben cumplir con las condiciones mínimas establecidas en este reglamento. El establecimiento puede incluir oficinas administrativas del hostal.

Albergue: establecimiento de hospedaje que ocupa la totalidad de una edificación. Presta servicio de alojamiento preferentemente en habitaciones comunes, a un determinado grupo de huéspedes que comparten uno o varios intereses y actividades afines. Su ubicación y/o los intereses y actividades de sus huéspedes, determinan la modalidad de este.

2.2.2.3 Clasificación y categorización.

Según el MINCETUR la clasificación dada a un hotel es de una a cinco estrellas, sin embargo, Carhuaz solo cuenta con 8 establecimientos de hospedajes categorizados de 2 a 3 estrellas y un Albergue, dentro de todos los hoteles categorizados de Carhuaz a diciembre del 2019 se suman 168 habitaciones y 347 camas, en esta provincia los

turistas pernoctaron en estos establecimientos al menos un día (Ver del anexo N°2 al anexo N°6).

Los requisitos mínimos en la infraestructura que deben tener los hoteles de 2 y 3 estrellas, así como las medidas de las habitaciones y áreas comunes dadas por el MINCETUR como se observa en la Tabla N°1.

Tabla N°1

Infraestructura mínima para un establecimiento de hospedaje clasificado como hotel de 2 y 3 estrellas

REQUISITOS MINIMOS	**3*****	**2****
Nº de Ingresos de uso exclusivo de los Huéspedes (separado de servicios)	1	-
Nº de habitaciones El número mínimo de suites debe ser igual al 5% del número total de habitaciones. (·)	20	20
Salones (m2 por número total de habitaciones) El área techada útil en conjunto no debe ser menor a:	1.5 m2	-
Bar independiente	-	-
Comedor - Cafetería (m2. por Nº total de habitaciones) Deben estar techados y en conjunto no debe ser menor a:	1 m2	-
Todas las habitaciones deben tener un closet o guardarropa de un mínimo de: m2	1.2 x 0.7	Debe tener
Simples (m2)	11 m2	9 m2
Dobles (m2)	14 m2	12 m2
Suites (m2 mínimo, si la sala está integrada al dormitorio)	24 m2	-
Suites (m2 mínimo, si la sala está separada del dormitorio)	26 m2	-
Cantidad de servicios higiénicos por habitación (tipo de baño)	1 baño privado con ducha	1 cada 2 hab. con ducha
Área mínima	4m2	3 m2
Todas las paredes deben estar revestidas con material impermeable de calidad comprobada (metros)	altura 1.80	altura 1.80
Servicios y equipos para las habitaciones: Aire acondicionado frío (tomándose en cuenta la temperatura promedio de la zona)	-	-
Calefacción (tomándose en cuenta la temperatura promedio de la zona)	-	-
Agua fría y caliente las 24 horas (no se aceptan sistemas activados por el huésped)	Obligatorio	Obligatorio
Alarma, detector y extintor de incendios	-	-
Tensión 110 y 220 v.	-	-

Teléfono con comunicación nacional e internacional (en el dormitorio y en el baño)	Obligatorio (solo en el dormitorio)	-
Ascensor de uso público (excluyendo sótano o semi-sótano)	Obligatorio a partir de 5 plantas.	Obligatorio a partir de 5 plantas.
Ascensor de servicio distintos a los de uso público (con parada en todos los pisos e incluyendo sótano o semi-sótano).	-	-
Alimentación eléctrica de emergencia para los ascensores	Obligatorio	-
Estacionamiento privado y cerrado (porcentaje por el Nº de habitaciones	20%	-
Estacionamiento frontal para vehículos en tránsito	-	-
Generación de energía eléctrica para emergencia	Obligatorio	-
Recepción y Conserjería	Obligatorio	Obligatorio
Sauna, Baños turcos o hidromasajes	-	-
Servicios higiénicos públicos	Obligatorio diferenciados por sexo	
Teléfono de uso publico	Obligatorio	Obligatorio
Cocina (porcentaje del comedor)	40%	-
Zona de manteniendo	-	-
Oficio(s) de piso	Obligatorio sin teléfono	-

Nota:
Fuente: MINCETUR
Elaboración: Propia

Los requisitos mínimos en la infraestructura que deben tener los hostales de 2 y 3 estrellas, así como las medidas de las habitaciones y áreas comunes dadas por el MINCETUR como se observa en la Tabla N°2

Tabla N°2

Infraestructura mínima para un establecimiento de hospedaje clasificado como hostales

REQUISITOS MINIMOS	**3*****	**2****
Nº de habitaciones	6	6
Ingreso suficientemente amplio para el tránsito de huéspedes y personal de servicio	Obligatorio	Obligatorio
Habitaciones (incluyen en el área un closet o guardarropa)	Obligatorio	Obligatorio
Simples (m2)	11 m2	9 m2
Dobles (m2)	14 m2	12 m2

Cantidad de servicios higiénicos por habitación	1 baño privado con ducha	1 baño cada 2 habitaciones con ducha
Área mínima	4 m2	3 m2
Todas las paredes deben estar revestidas con material impermeable de calidad comprobada	altura 1.80	altura 1.80
Agua fría y caliente las 24 horas (no se aceptan sistemas activados por el huésped)	Obligatorio	Obligatorio
Ascensor de uso público (excluyendo sótano y semi-sotano)	Obligatorio a partir de 5 plantas	Obligatorio a partir de 5 plantas
Recepción	Obligatorio	Obligatorio

Nota:
Fuente: MINCETUR
Elaboración: Propia

La infraestructura que debe tener un Albergue, así como también los equipos y ambientes que deben contar según el MINCETUR, como se visualiza en la Tabla N°3.

Tabla N°3

Infraestructura mínima para un establecimiento de hospedaje clasificado como Albergue.

Ambientes de alojamiento con servicios higiénicos diferenciados para uso exclusivo de los huéspedes	Obligatorio
Recepción	Obligatorio
Ambientes de estar	Obligatorio
Ambientes de esparcimiento	Obligatorio
Comedor	Obligatorio
Cocina	Obligatorio
Servicios higiénicos públicos diferenciados por sexo, los cuales se ubicarán en el hall de recepción o en zonas adyacentes al mismo	Obligatorio
Equipo de seguridad contra incendios y siniestros	Obligatorio
Equipo de comunicación con zonas urbanas	Obligatorio

Notas:

Fuente: Mincetur
Elaboración: Propia

De acuerdo a Mincetur el equipamiento mínimo que deben tener los hoteles para ser clasificados como establecimientos de 2 y 3 estrellas se indica en la Tabla N°4.

Tabla N°4

Condiciones mínimas de equipamiento según clasificación

Condiciones	**Tres Estrellas**	**Dos Estrellas**
Generales		
Custodia de valores (individual en la habitación o caja fuerte común)	Obligatorio	-
Internet	Obligatorio	Obligatorio
Habitaciones		
Frigobar	-	-
Televisor	Obligatorio	Obligatorio
Teléfono con comunicación nacional e internacional	Obligatorio	Obligatorio

Nota:
Fuente: MINCETUR
Elaboración: Propia

Los servicios mínimos para ser categorizados por el MINCETUR, como hoteles 2 y 3 estrellas, como se señala en la Tabla N°5.

Tabla N°5

Condiciones mínimas del servicio según clasificación

Condiciones	**Tres Estrellas**	**Dos Estrellas**
Generales		
Limpieza diaria de las habitaciones y de todos los ambientes del hotel	Obligatorio	Obligatorio

Servicio de Lavado y Planchado	Obligatorio	-
Servicio de llamadas, mensajes internos, contrataciones de taxis	Obligatorio	-
Servicio de custodia de equipaje	Obligatorio	Obligatorio
Primeros auxilios	Obligatorio	Obligatorio
En habitaciones		
Atención en habitación (Room Service)	-	-
Cambio diario de sábanas y toallas y en cada cambio del huésped	Obligatorio	Obligatorio

Nota:
Fuente: MINCETUR
Elaboración: Propia

Las condiciones mínimas en cuanto al personal de los hoteles 2 y 3 estrellas según el MINCETUR, como se observa en la Tabla N°6.

Tabla N°6

Condiciones mínimas del personal en hoteles

Condiciones	**Tres Estrellas**	**Dos Estrellas**
Personal Calificado	Obligatorio	Obligatorio
Personal Uniformado las 24 horas	Obligatorio	-

Nota:
Fuente: MINCETUR
Elaboración: Propia

Los Hostales de dos y tres estrellas, en sus condiciones mínimas de equipamientos, no es obligatorio que tengan internet, caja fuerte en la recepción, ni televisor en las habitaciones, pero si tiene ciertas obligaciones en sus servicios como se aprecia en la Tabla N°7.

Tabla N°7

Condiciones mínimas de servicios para Hostales de 2 y 3 Estrellas

Condiciones	Tres Estrellas	Dos Estrellas
Generales		
Limpieza diaria de las habitaciones y todos los ambientes del hostal	Obligatorio	Obligatorio
Servicio de custodia de equipaje	Obligatorio	Obligatorio
Primeros Auxilios	Botiquín	Botiquín
En Habitaciones		
Cambio de sabanas y Toallas	Obligatorio	Obligatorio
Personal		
Personal Calificado	Obligatorio	Obligatorio
Personal Uniformado las 24 horas	Obligatorio	Obligatorio

Nota:
Fuente: MINCETUR
Elaboración: Propia

Las condiciones mínimas que deben contar los Albergues según el MINCETUR en lo referente a equipamientos, servicios y el personal, se visualizan en la Tabla N°8.

Tabla N°8

Condiciones mínimas para un Albergue

Equipamiento	
Internet	Obligatorio
Servicio	
Limpieza diaria de las habitaciones y de todos los ambientes del Albergue	Obligatorio
Primeros Auxilios	Botiquín
Cambio diario de sábanas y toallas	Obligatorio

Personal	
Personal Calificado	Obligatorio

Nota:
Fuente: MINCETUR
Elaboración: Propia

2.2.2.4 Actualidad Perú-Carhuaz.

Carhuaz se encuentra a 435 Km. de Lima, es una provincia del Departamento de Ancash, a 15 minutos está el aeropuerto de Anta (Distrito de Anta), y a 35 minutos de la Capital de Huaraz cuenta con atractivos turísticos como: Cascada Honda, Cueva Guitarrero (contiene los vestigios de uno de los asentamientos humanos más antiguos del Perú, cuya antigüedad se remonta al XII milenio A.C.), Parque Nacional Huascarán considerado el patrimonio natural de la humanidad, lagunas de Llanganuco, Parón (una de las más bellas del mundo), Chinacocha entre otras, la Cordillera Negra, y Cordillera Blanca donde se encuentran los nevados de Huascarán, Alpamayo, y Pastoruri. También el Distrito de Marcará que cuenta con los baños termales de Chancos muy visitado por turistas de todo el Perú debido a las propiedades de sus aguas medicinales. Carhuaz, por encontrarse dentro del Callejón de Huaylas y tener el acceso directo a la mayoría de todos los atractivos turísticos es visitado en forma diaria por turistas nacionales. (Plan de desarrollo turístico local de Carhuaz 2017).

Los turistas nacionales de todo el Perú juntamente con sus amigos, familiares y compañeros de trabajo viajan a los distintos distritos de Carhuaz por las fiestas patronales principalmente durante los meses de julio a diciembre, generalmente duran una semana y hacen uso de los hoteles de Carhuaz. Las fechas de estas fiestas se puede observar en el Plan de Desarrollo Concertado 2011-2021 de la Provincia de Carhuaz se observa el calendario turístico de esta provincia (ver Tabla N°9).

Tabla N°9

Calendario turístico de los meses de julio a diciembre en la provincia de Carhuaz.

Calendario turístico				
N°	**Fecha**	**Nombre de la Fiesta**	**Distrito**	**Características**
1	13 de Julio	Dia de la Comunidad de Vicos	Vicos	Dia de la Comunidad de Vicos (Marcará); que un 13 de julio de 1962 declararon su autonomía, donde hay bandas musicales con bailes folclóricos, ferias de comida y quema de Castillo.
2	14 de julio	Aniversario del Instituto de Educación Superior Tecnológico Publico de Carhuaz (IESTP)	Carhuaz	Aniversario del Instituto de Educación Superior Tecnológico Publico de Carhuaz (IESTP); empieza el 09 de julio con ferias de innovación tecnológicas, partidos de fulbito y vóley, gran pollada, concurso de belleza, baile con orquesta, pasacalle por las principales avenidas de Carhuaz, termina con concurso de danzas típicas con vestimenta nacional el 14 de julio.
3	25 de julio	" Fiesta Patronal Santiago" de Pariahuanca	Pariahuanca	Santo patrón Apóstol Santiago de Pariahuanca 25 de julio; donde hay Grupo Folclóricos con Bailes costumbristas, Corridas de Toros (del 27 al 31 de julio) y Procesión con fuegos artificiales.
4	28 y 29 de julio	Aniversario Patrio	Todo Carhuaz	Fiestas Patrias 28 y 29 de julio; mensaje a la Nación del alcalde de Carhuaz, desfiles de los Colegios de la Provincia, orquestas con comparsas por las calles, ferias de Comidas en los diferentes distritos.

5	15 de agosto	"Virgen de la Asunción" Fiesta Patronal de San Miguel de Aco	San Miguel de Aco	Virgen de la Asunción Fiesta Patronal de San Miguel de Aco siendo celebrada desde la década de 1710. Es realizada voluntariamente por familias denominadas «capitanes» y por colaboradores cercanos denominados «guellicuna». La fiesta inicia el día 13 de agosto y culmina el 22 del mismo mes, los días festivos incluyen 5 procesiones, destacando el día central con una multitud de fieles llegados desde distintos puntos del país que abarrotan la plaza mayor. También se tienen dos tardes taurinas (sin muerte) y una carrera de cintas, la presentación de más de 6 danzas rituales (dos de ellas declaradas Patrimonio Cultural de la Nación: la mozo danza y el paso huanquilla) y la quema de fuegos artificiales durante 5 noches.
6	25 de agosto	"San Luis Rey de Francia" en Anta	Anta	San Luis Rey de Francia patrón espiritual del distrito de Anta, misa colectiva, procesión con banda cargando la imagen de San Luis Rey por las calles de Anta, ferias de comidas y espectáculo de fuegos artificiales
7	14 de Setiembre	"Señor de Chaucayan" Fiesta Patronal de Marcará	Marcará	Señor de Chaucayan Fiesta Patronal de Marcará, misa comunitaria, procesión cargando la imagen del Señor de Chaucayan con orquesta por todas las calles de Marcará, ferias de comida, bailes folclóricos y fuegos artificiales.
8	21 de Setiembre	"El Señor de los Afligidos", Fiesta Patronal de Ucuchá	Acopampa	El Señor de los Afligidos, Fiesta Patronal de Ucuchá; misa comunitaria, procesión con orquesta cargando la imagen del Santísimo Señor de los Afligidos, danzas folclóricas con ferias de comida y fuegos artificiales.

9	24 de Setiembre	"Virgen de las Mercedes" Fiesta Patronal de Carhuaz	Carhuaz	Virgen de las Mercedes Fiesta Patronal de Carhuaz; festividad desde 1921, donde se lleva a cabo una misa comunitaria, estos pobladores celebran el Festival en honor a la Virgen de las Mercedes, una de las festividades más importantes del calendario andino, es donde se concentra el fervor por la 'Mamá Meche'. Los fieles se organizan con tiempo para realizar una visita a su santuario. Las actividades comienzan desde muy temprano con el izamiento del Pabellón Nacional y la bandera de Carhuaz. Después, el público acude a la misa en honor a la Virgen, junto con las autoridades del pueblo. Finalmente, sale la patrona en procesión, para recibir el calor de la multitud con Orquestas bandas folclóricas y ferias de comidas, finalizando con fuegos artificiales.
10	Segundo Domingo de Octubre	Virgen del Rosario en Yúngar	Yúngar	Virgen del Rosario en Yúngar segundo domingo de octubre; misa comunitaria, procesión cargando la Imagen de la Virgen del Rosario con orquestas, bandas Folclóricas, ferias de comidas y fuegos artificiales.
11	1-Nov	"Todos los Santos", Visita al Cementerio	Todo Carhuaz	Todos los Santos 1 noviembre; misa comunitaria visita al cementerio, visita a todos los cementerios, bailes y danzas folclóricas, ferias de comidas, ventas de wawas (panes), fuegos artificiales.
12	12 de noviembre	"Señor de los Auxilios" Fiesta Patronal de Toma	Tinco	Señor de los Auxilios" Fiesta Patronal de Toma; después de la fiesta de la capital de la provincia en Carhuáz, fiesta de la Virgen de la Merced en setiembre, Toma, en octubre, los días 12, 13, 14, 15, 16 de noviembre, rinde homenaje a su santo patrón el Señor de los Auxilios. Son cinco días de misas comunitarias, procesiones y de misas, pero no sólo eso. El fervor religioso se une también al afecto por los bailes y en especial por las bandas, los almuerzos y banquetes, las corridas de toros, los cohetes y castillos. Y cada uno desea que estos días y vísperas queden en la memoria y hasta la próxima fiesta.

13	18 de noviembre	"Señor de los Milagros" Fiesta Patronal de Tinco	Tinco	Señor de los Milagros, Fiesta Patronal de Tinco; misa comunitaria, procesión con la imagen del señor de los milagros con orquestas, bailes folclóricos, ferias de comida y fuegos artificiales.
14	24 a 31 de diciembre	Navidad	Todo Carhuaz	Vacaciones y Fiestas por fin de año.

Nota:
Fuente: Mincetur
Elaboración: Propia

2.2.3 Calidad en el servicio.

2.2.3.1 Definición de calidad del servicio.

Aldana L. y Vargas M. (2014), define que “los servicios y la calidad surgen en el sistema económico. Los primeros satisfacen las necesidades de los clientes mejor de lo que lo harían ellos solos, ya sean individuos u organizaciones; y la segunda busca la excelencia en las organizaciones en el mundo actual globalizado”. El servicio al cliente se ha constituido hoy en el pilar para gestionar las relaciones internas y externas de la organización, teniendo siempre en su centro al hombre y contando con sus necesidades. (Capítulo 6, pág. 1)

James R. y William M. (2014), define que “la calidad de servicio se basa en tres principios fundamentales, el primero es un enfoque en los clientes y accionistas, el segundo es la participación y el trabajo en equipo de todos en la organización y el tercero es un enfoque de proceso apoyado por el mejoramiento y el aprendizaje continuo”. (Pág. 24)

2.2.3.2 Características de calidad del servicio.

Aldana L. y Vargas M. (2014), menciona 4 características de la calidad del servicio (Capítulo 10 Pág. 1)

a) Trabajo en equipo: implica conformar trabajo bajo la filosofía del equipo y seguir unos puntos previamente definidos, con el objetivo de alcanzar una meta común que vaya en beneficio de la organización y de cada uno de los individuos que la conforman.
b) Liderazgo participativo: antes que autocracia e imposición y búsqueda de la satisfacción del jefe, está el bien común.
c) Optimización de procesos: todos y cada uno de los procesos deben ser efectivos y flexibles para satisfacer siempre las necesidades y expectativas de los clientes. Estos a su vez deben estar clasificados de acuerdo con la razón de ser de la institución.
d) Compromiso con la calidad, el servicio y la productividad: implica que todos los empleados de la organización maximicen recursos y eliminen precios.

Kotler P., Bowen J., Makens J. (2015), mencionan 4 características de los servicios (Pág. 37)

a) Intangibilidad: los servicios no se pueden ver, probar, sentir, oír u oler antes de la compra. Los servicios no se pueden experimentar por los sentidos antes de comprobarlos, los servicios solo se pueden experimentar dentro del sitio y no se conoce su calidad hasta que se haya vivido la experiencia, los clientes no conocerán el servicio que van a recibir hasta que lo hayan experimentado, por lo que se deben ofrecer pruebas a sus consumidores para que les ayuden a evaluar el servicio.
b) Variabilidad: la calidad de los servicios depende de quien los provea, cuándo dónde y cómo, los servicios se producen y consumen de manera simultánea lo que limita el control de la calidad, un cliente puede recibir un buen servicio hoy, y un servicio mediocre al día siguiente, aunque provenga de la misma persona. El elevado contacto entre el proveedor y el cliente hace que la homogeneidad del producto dependa mucho del proveedor.
c) Carácter indisociable: los servicios no se pueden separar de sus proveedores, estos servicios, son primero vendidos y después producido y consumido al mismo tiempo, el proveedor y el cliente debe estar presente en el mismo lugar para que ocurra la transacción, indisociabilidad significa que a menudo el cliente como el empleado forma parte del producto.
d) Carácter perecedero: los servicios no se pueden almacenar para las ventas o uso. Como por ejemplo un hotel de 100 habitaciones que solo pudo vender 60 habitaciones en una noche, no puede almacenar esas 40 habitaciones para al día siguiente vender 140 habitaciones, debido al carácter perecedero algunos hoteles cobran por las reservas garantizadas, además hay hoteles que prefieren vender sus habitaciones a muy bajo costo antes de dejarlas vacías.

2.2.3.3 Teorías de la calidad del servicio.

Vargas M., y Aldana L. (2014), mencionan las siguientes teorías sobre la calidad del servicio (Cap.5 Pág. 26).

Teoría de la planificación para la calidad: creada por Joseph Juran, en esta teoría los puntos corresponden a la planificación de la calidad a la planeación de la calidad, independientemente de la organización del producto o proceso. La calidad se puede

generar en una serie de pasos llamada “mapa de planeación de la calidad”. En él se incluyen los siguientes aspectos:

- Identificar a los clientes.
- Determinar las necesidades de los clientes.
- Traducir las necesidades al lenguaje propio.
- Desarrollar productos con características que respondan en forma óptima a las necesidades de los clientes.
- Desarrollar un proceso que sea capaz de producir las características del producto.
- Transferir el proceso de operación.

Teoría de la diferenciación a través del servicio al cliente: creada por Jacques Horovitz, su teoría centra la atención en cómo competir a través del servicio y cómo mejorar la satisfacción de los clientes, haciendo énfasis en el servicio como estrategia diferenciadora, desde los programas de fidelización de clientes hasta la creación de cultura de servicio. Su premisa es que la excelencia en el servicio lleva a alcanzar la satisfacción del cliente clave. Esta teoría parte de un diagnóstico cuyo objetivo es establecer cero defectos, y para tal efecto se generan estrategias de servicio, con opciones muy puntuales. Como mecanismo de gestión en el servicio, desarrolla la rueda de la fortuna de la gestión del servicio, que inicia en el conocimiento del cliente y finaliza con el seguimiento y control. En la rueda utiliza la medición de la satisfacción del cliente y las normas de calidad del servicio para unir las expectativas de los clientes con la misión de la organización que ofrece el servicio.

2.2.3.4 Dimensiones de calidad del servicio.

Según Falces C., Sierra B., Becerra A. y Briñol P. (1999), citado por Parra D. y Duque E., (2015), propuso el Modelo Hotelqual. El cual tuvo dos fases. En una primera fase, los autores partieron de la revisión de la literatura, tomaron como base el modelo Servqual y realizaron un cuestionario adaptado a la industria hotelera. La segunda fase consistió en aplicar el cuestionario a una muestra representativa de usuarios de hoteles tras lo cual pasó a validarse la nueva escala de medida. Los resultados obtenidos muestran que los cinco atributos del modelo Servqual no son válidos, ya que el estudio, tras el análisis factorial, muestra una agrupación en tres atributos: valoración del

personal que presta el servicio, valoración de las instalaciones del hotel y percepción sobre el funcionamiento y organización de los servicios que presta el hotel.

Este modelo mide la calidad que se percibe en los servicios de alojamiento. Parte de una serie de puntos establecidos dentro del mismo, y que se modifican atendiendo a las características específicas del establecimiento. Poseen 3 dimensiones suponen los cimientos, y se acompañan de una encuesta, que ayudan al consumidor a elaborar su opinión. Con Hotelqual la calidad se mide en grado de discrepancia entre expectativas, y rendimiento.

a) La evaluación del personal.

En la que los clientes valoran el grado en el que el personal está dispuesto a ayudarlos, la disponibilidad de la dirección, la confianza, y la discreción transmitida por la fuerza de trabajo, y las competencias del personal para conocer las necesidades del cliente.

También es la forma de evaluar que tan bien se ha desempeñado el personal en el cumplimiento de sus funciones.

b) La evaluación de las instalaciones, y funcionamiento.

Aquí los clientes someten a juicio, el estado de las dependencias, confortabilidad, y la seguridad de estas.

También es la forma en el que el cliente evalúa las instalaciones, y si estas cumplen sus expectativas para lograr satisfacer sus necesidades.

c) La evaluación de la organización del servicio.

El consumidor turístico evaluará la organización del personal, gestión de los datos, la rapidez y el orden al momento de realizar un servicio.

También son las actividades que se brindan para lograr satisfacer las necesidades de los clientes para cumplir sus expectativas.

2.2.4 Satisfacción del cliente.

2.2.4.1 Definición de satisfacción.

Kotler P. (2001), define la “satisfacción del cliente como el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas”. (Pág. 40)

James R. y William M. (2014), definen la satisfacción del cliente como “el resultado de entregar un producto o servicio que cumpla con los requerimientos del cliente”. Esta es vital para conservar a los clientes y hacer crecer un negocio. (Pág. 98)

2.2.4.2 Características de la satisfacción.

Según Kotler P. (2001), la satisfacción tiene las siguientes características (págs. 40 - 41):

a) El Rendimiento Percibido: se refiere al desempeño (en cuanto a la entrega de valor) que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el "resultado" que el cliente "percibe" que obtuvo en el producto o servicio que adquirió.

- Se determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa.
- Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio.
- Está basado en las percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad.
- Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente.

b) Las Expectativas: son las "esperanzas" que los clientes tienen por conseguir algo. Las expectativas de los clientes se producen por el efecto de una o más de estas cuatro situaciones.

- Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio.
- Experiencias de compras anteriores.
- Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión.

- Promesas que ofrecen los competidores.

c) Los Niveles de Satisfacción: luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:

- Insatisfacción: se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.
- Satisfacción: se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.
- Complacencia: se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

2.2.4.3 Teorías de la satisfacción.

La Satisfacción posee las siguientes teorías

a) Teoría de la conformidad/ disconformidad de expectativas

Según Oliver R.L. Swan J.E. (1981), citado por Gunderman R. (2010) “si el resultado es igual a las expectativas se da la conformidad y si el resultado es diferente a las expectativas esperadas hay disconformidad”. La disconformidad negativa ocurre cuando los resultados son menos que los esperados, mientras que la disconformidad positiva sucede cuando los resultados son más que lo esperado, si el resultado es igual a las expectativas se da la conformidad, y si el resultado es diferente a las expectativas esperadas hay disconformidad. En conclusión, la satisfacción es causada por confirmación, y disconformidad positiva, mientras que la insatisfacción es causada por la disconformidad negativa.

b) Teoría de la equidad

Según Oliver y Swan (1989), citado por Gunderman, R. (2010), indica que la teoría de la equidad de satisfacción se encuentra ligada a la teoría de conformidad/disconformidad de expectativas. El concepto de equidad es parte de la respuesta post compra de cada cliente al igual que el concepto de disconformidad. Estos conceptos son complementarios respecto a las respuestas de los clientes, y sus resultados ya que van más allá de la respuesta

a los vendedores o juicios de satisfacción. Para los autores, la satisfacción existe cuando el cliente percibe que la ratio de entrada/salida es equitativa.

2.2.4.4 Dimensiones de la satisfacción.

Según Oliver (1980), citado por Gunderman, R. (2010) la satisfacción del cliente posee las siguientes Dimensiones:

a) Confirmación: la cual resulta de un encuentro entre la percepción del desempeño, y las expectativas generadas, creando un desvío cero. Es decir, cuando el desempeño es igual a las expectativas se asume que el cliente está satisfecho.

También la confirmación es cuando el cliente está de acuerdo en que se han cumplido las necesidades que estos tenían, logrando satisfacer las expectativas por el producto y/o servicio que esperaban recibir.

b) Disconformidad positiva: son las percepciones del desempeño se encuentran por encima de las expectativas generadas. Es decir, existe un desempeño positivo, y por lo tanto el resultado es la superación de la expectativa traducida a una satisfacción positiva.

También la disconformidad positiva, es cuando los clientes sienten que se han satisfecho sus necesidades de manera regular, es decir no en su totalidad, pero si en su mayor parte de lo que esperaban.

c) Disconformidad negativa: las percepciones del desempeño se encuentran por debajo de las expectativas generadas. Es decir, existe un desempeño negativo, y por lo tanto el resultado es una satisfacción negativa o mejor dicho una insatisfacción. Existe baja probabilidad que eventos indeseados ocurran o alta probabilidad que eventos deseados no ocurran.

También la disconformidad negativa es cuando el cliente siente que no le han satisfecho sus necesidades, no han podido cubrir las necesidades que él tenía, no se han cumplido las expectativas de este.

Kotler P. (2016), menciona que para medir la satisfacción se debe hacer encuestas periódicas, para registrar en forma periódicamente la satisfacción del cliente

y plantear preguntas adicionales, para medir la intención de realizar de nuevamente la compra del servicio, la probabilidad o la disposición para recomendarlas a otros, sin embargo la relación entre satisfacción y lealtad del cliente no es proporcional, por ejemplo un supuesto de que la satisfacción de un cliente se evalúa en una escala del 1 al 5. En una escala muy baja de satisfacción (nivel uno), es muy probable que los clientes abandonen la empresa e incluso hablen mal de ella, en los niveles dos o cuatro los clientes están bastantes satisfechos, pero aún es fácil que cambien si reciben una mejor oferta, en el nivel cinco es muy probable que los clientes realicen compras repetidos del producto y/o servicio, e incluso hagan publicidad del boca a boca de la empresa. La empresa debe reconocer que la forma en que los clientes definen un buen desempeño es variable. (pág. 133).

Capítulo 3: Objetivos e hipótesis

3.1 Objetivo General

Identificar la relación que existe entre calidad de servicio hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz en la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019.

3.2 Objetivos específicos

a) Identificar la relación entre la calidad de la atención del personal hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz en la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019.
b) Identificar la relación de la calidad de las instalaciones en hoteles categorizados de Carhuaz en la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019.
c) Identificar la relación entre la organización del servicio en hoteles categorizados de Carhuaz en la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019.

3.3 Hipótesis General

Si existe relación entre la calidad de servicio hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019.

3.4 Hipótesis Específicas

a) Si existe relación entre la calidad de atención del personal hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019.
b) Si existe relación entre la calidad de las instalaciones en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019.
c) Si existe relación entre la organización del servicio en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019.

Capítulo 4: Metodología

4.1 Tipo y diseño de investigación

4.1.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación es cuantitativa Según Hernández R. y Mendoza P. (2018), al ser cuantitativo es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no se puede eludir pasos.

4.1.2 Diseño de investigación

El diseño de esta investigación es no experimental, transaccional-correlacional. De acuerdo con Hernández R. y Mendoza P. (2018), en un estudio no experimental no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación. Los diseños de investigación no experimental transeccional-correlacional se basan en describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

4.2 Variables

Variables (X) Calidad del Servicio

Aldana L. y Vargas M. (2014), define que “los servicios y la calidad surgen en el sistema económico. Los primeros satisfacen las necesidades de los clientes mejor de lo que lo harían ellos solos, ya sean individuos u organizaciones; y la segunda busca la excelencia en las organizaciones en el mundo actual globalizado”. El servicio al cliente se ha constituido hoy en el pilar para gestionar las relaciones internas y externas de la organización, teniendo siempre en su centro al hombre y contando con sus necesidades. (Capítulo 6, pág. 1)

Dimensiones:

- X1 Evaluación del personal
- X2 evaluación de las instalaciones
- X3 Organización del servicio

Variable (Y) Satisfacción

James R. y William M. (2014), definen que la satisfacción del cliente como “el resultado de entregar un producto o servicio que cumpla con los requerimientos del cliente”. Esta es vital para conservar a los clientes y hacer crecer un negocio. (Pág. 98)

4.3 Población y Muestra

La provincia de Carhuaz cuenta con solo 8 establecimientos categorizados entre estos están incluidos 4 hoteles, 3 hostales y un albergue como se aprecia en la Tabla N°10.

Tabla N°10

Listado de Establecimientos Hoteleros Categorizado en la Provincia de Carhuaz

TIPO	CATEGORIA	NOMBRE COMERCIAL	RUC	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE LEGAL	TELÉFONO	CORREO ELECTRONICO	PÁGINA WEB	HABITACIONES
HOTEL	3 Estrellas	Hotel Comtucar	20388208008	Car. Huaraz Carhuaz Nro. 1099 - Ba. Yanamarca Ancash/Carhuaz/Carhuaz	Chávez Obregón Álvaro Francisco	043-394051	reservascomtucar@gmail.com; juancantopd@gmail.com	www.comtucar.com	34
		Hotel El Abuelo	20600927273	Jr. 09 De Diciembre Nro. 257 - Ancash/Carhuaz/Carhuaz	Diaz Bustos Jorge Fortunato	043-394456	informes@elabuelohotel.com	www.elabuelohotel.com	23
		Hotel Eccame	20170998252	Car. Huaraz - Caraz Km 18 - Cas. Carian (Antes De Aeropuerto Anta) Ancash/Carhuaz/Yungar	Salazar De Cáceres Bonifacia Zenobia	043-766143 /043-766137	eccame@hotmail.com	-	42
	2 Estrellas	Hotel Complejo Turístico Virgen De Guadalupe De Chancos	10320413911	Car. Principal Km. 2.5 Shumay-Marcara-Carhuaz - As. Centro Poblado Shumay Ancash/Carhuaz/Marcara	Meza Tafur Julian Aurelio	953965973	angelmeza_89@hotmail.com	-	25

HOSTAL	3 Estrellas	Hostal Copacabaña Lodge	20530631959	Car. Copa Grande - Ancash/Carhuaz/Marcara	Ramirez Villalobos Delicia Margot	943677593	hotel@copacabanalodge.com; info@discoveryperu.com	www.copacabanalodge.com	14
	2 Estrellas	Hostal Señor De Luren	10320434691	Jr. Rio Buin Nro. 549 - Zn. Centro De Carhuaz Ancash/Carhuaz/Carhuaz	Cupe Huamani Beltrán	043-391062	beltranch5@hotmail.com		11
		Hostal Marcara	10320321919	Jr. Amargura Nro. 391 - Ancash/Carhuaz/Marcara	Colonia De Guevara Elena Máxima	043-43631227	-	-	13
ALBERGE	-	Montaña Jazz	20533695966	Car. Cucchus - Ba. Eccana Ancash/Carhuaz/Carhuaz	Alpaca Doimi Mónica	043-630023	info@montanajazz.peru.com	www.montanajazzperu.com	4

Nota:
Fuente: Mincetur
Elaboración: Propia

Para determinar la muestra se utilizó la población de turistas nacionales que pernoctaron en los meses de julio a diciembre del 2019 en los 8 establecimientos hoteleros categorizados en la provincia de Carhuaz. De acuerdo con los datos obtenidos del MINCETUR, en forma resumida se puede observar en la Tabla N°11 y en forma general en el Anexo N°2 al Anexo N°6.

Tabla N°11

Pernoctaciones de turistas nacionales en un establecimiento de hospedaje categorizado en la provincia de Carhuaz durante julio a diciembre del 2019

Tipo de Establecimientos	Categorías	Jul	Agos	Set	Oct	Nov	Dic	Total de Pernoctaciones
Hoteles	3 Estrellas	422	310	139	118	257	279	1,525
	2 Estrellas	35	6	135	6	10	12	204
Hostales	3 Estrellas	-	-	-	-	32	5	37
	2 Estrellas	226	195	339	220	206	171	1,357
Albergue	Albergue	24	26	20	17	-	56	143
Total		**707**	**537**	**633**	**361**	**505**	**523**	**3266**

Nota:
Fuente: MINCETUR
Elaboración: Propia

La población es de 3,266 turistas nacionales, que pernoctaron en la provincia de Carhuaz en los 8 establecimientos categorizados, el cálculo de la muestra se hizo a partir de la fórmula utilizada para poblaciones finitas (Huamán C. y Silvestre I., 2019)

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

n= muestra
p= probabilidad a favor 0.5
q= probabilidad en contra 0.5
Z= nivel de confianza 95% 1.93
e= error de muestra 0.07
N= población 3,266

$$n = \frac{1.93^2 * 0.5 * 0.5 * 2{,}238}{(0.07)^2 * (2{,}238 - 1) + 1.93^2 * 0.5 * 0.5}$$

Muestra= 180 turistas

De acuerdo con el índice de ocupabilidad por categoría según datos obtenidos del MINCETUR (Ver Tabla N°12), El TNOH (Tasa neta de ocupabilidad de habitación), se obtuvo del promedio de ocupabilidad entre los meses entre julio a diciembre del 2019. (Ver Anexo N°2 al Anexo N°4).

Tabla N°12

Índice de Ocupabilidad Hotelera en Carhuaz en un establecimiento de hospedaje categorizado durante julio a diciembre del 2019

Tipo de Establecimiento En Carhuaz	**Categoría**	**N° de establecimientos**	**N° de habitaciones a diciembre del 2019**	**Promedio TNOH entre los meses de Julio a diciembre 2019 (%)**
Hotel	3 Estrellas	3	100	5.92
	2 Estrellas	1	25	4.08
Hostal	3 Estrellas	1	14	1.26
	2 Estrellas	2	25	22.50
Albergue	Albergue	1	4	9.27
Total		8	168	43.03

Nota:

Fuente: MINCETUR
Elaboración: Propia

Se determino el número de encuestas a realizar por tipo de establecimiento de hospedaje según su categoría (Ver Tabla N°13)

Tabla N°13

Números de Encuestas según categorización de establecimientos de hospedajes

	Categoría de Hospedaje	Índice de Ocupabilidad	Números de Encuestas
Hoteles	3 Estrellas	5.92%	25
	2 Estrellas	4.08%	18
Hostales	3 Estrellas	1.26%	5
	2 Estrellas	22.50%	94
Albergue	Albergue	9.27%	38
	Total	**43.03%**	**180**

Nota:
Fuente: MINCETUR
Elaboración: Propia

4.3.1 Limitaciones

El 11 de marzo del 2020 la Organización Mundial de la Salud (OMS). Declaró que el COVID-19, pasó de ser de una epidemia a una pandemia. El mismo día 11/03/2020 el Ministerio de Salud del Perú declara al Perú en Emergencia Nacional Sanitaria. Con D.S. 044 DEL 2020 se toma una serie de medidas como, confinamiento nacional, inmovilización, cierre de establecimientos privados y públicos, estando estas medidas todavía vigentes.

Debido a la pandemia el turismo en Carhuaz se ha visto afectado desde marzo 2020 hasta la fecha. Los establecimientos de hospedaje permanecieron cerrados prácticamente todo el 2020 y en lo que va del 2021 están funcionando al mínimo de su capacidad, actualmente continúan las restricciones, esto impidió que se pueda viajar a la zona, a encuestar a los turistas de manera presencial. Por lo que se realizaron online a través del correo electrónico empleando la Plataforma de Google Drive así mismo tampoco fue posible entrevistar al personal administrativo ni a los administradores de los hoteles. Por todo lo expuesto anteriormente se determinó que el periodo de investigación seria desde julio a diciembre 2019 ya que son las fechas de mayor afluencia turística

4.4 Instrumento de investigación

El instrumento de investigación que se aplicó con el objetivo de determinar la relación entre la calidad del servicio, y la satisfacción de los turistas que visitaron la provincia de Carhuaz, fue una encuesta basada en el modelo Hotelqual dividida en 4 secciones. La primera sección incluye los datos principales de los huéspedes; la segunda sección corresponde a la evaluación del personal y consta de 7 preguntas, la tercera sección de 6 preguntas corresponde a la evaluación de las instalaciones y su funcionamiento; por último, la cuarta sección con 7 preguntas corresponde a la organización de servicios. Siendo un total de 20 preguntas en una escala de Likert del 1 al 5, siendo “1” completamente insatisfecho y “5” completamente satisfecho.

Rensis Likert(1932), “Escala Likert”, citado por Minstala Veracruz (2016). Busca medir el nivel de conformidad que los consumidores tienen respecto a una serie de afirmaciones o de preguntas formuladas, pudiendo el encuestado manifestar qué tan de acuerdo se encuentra con dichas afirmaciones. Por tanto, dentro del ámbito de satisfacción de clientes, las encuestas de Likert pueden hacer referencia a qué tan de acuerdo está el consumidor con una afirmación positiva, negativa o neutral respecto a una experiencia, proceso, marca, servicio, producto, entre otros distinguió entre una escala apropiada, la cual emerge de las respuestas colectivas a un grupo de ítems (pueden ser 5 o más), y el formato en el cual las respuestas son puntuadas en un rango de valores. Siempre se debe tener un elemento neutral para aquellos usuarios que estén ni de acuerdo ni en desacuerdo, por lo que deben contar con un número impar.

Para la validación de expertos (Ver Anexos N° 8, 9 y 10) se contó con el apoyo de los siguientes profesionales:

- Luis Gómez Achocalla de la Universidad Peruana de las Américas, posee una Maestría en Administración, es Docente en Turismo.
- Marco Antonio Victorio Diaz, posee una MBA, actual director de Alimentos y Bebidas, en el hotel Hyatt Centric.
- Silvia Seminario Estremadoyro con más de 20 años de experiencia en el sector hotelero y en Docencia.

Para la validación de los resultados emitidos por los expertos y la comprobación de la fiabilidad del instrumento se empleó el Alfa Cronbach.

Para medir la confiabilidad y fiabilidad del instrumento se utilizó el software especializado Statistical Product and Service Solutions (SPSS) versión 25, SPSS se utiliza para la tabulación de encuestas y análisis estadístico y para la interpretación final de los resultados, pruebas estadísticas para contrastar resultados: test de normalidad, alfa de Cronbach y coeficiente de Spearman. Para la validación de la encuesta se empleó el Alfa Cronbach y la comprobación de las hipótesis. (Ver Tabla N°14).

Tabla N°14

Cuadro de valores Alfa de Cronbach

Intervalo al que pertenece el coeficiente alfa de Cronbach	Valoración de la fiabilidad de los ítems analizados
[0 ; 0,5[	Inaceptable
[0,5 ; 0,6[	Pobre
[0,6 ; 0,7[	Débil
[0,7 ; 0,8[	Aceptable
[0,8 ; 0,9[	Bueno
[0,9 ; 1]	Excelente

Nota:
Fuente: SPSS
Elaboración: Propia

Escala: Calidad del servicio hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de los turistas nacionales durante julio a diciembre 2019.

Tabla N°15

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	180	100,0
	Excluido[a]	0	,0
	Total	180	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla N°16

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,965	20

Nota:
Fuente: SPSS
Elaboración: Propia

El instrumento tiene una confiablidad de 0,965 lo que es excelente

4.5 Procedimientos de recolección de datos

Según Hernández R. y Paulina C. (2018), menciona que la recolección de datos es aplicar de uno a más instrumentos de medición para recabar la información pertinente de las variables del estudio en la muestra o casos seleccionados (personas o grupos de personas), estos datos serán las bases del análisis, sin datos no hay investigación. Estos datos son la base del análisis.

Para el proceso de recolección de datos, se obtuvo del MINCETUR, las pernoctaciones de los turistas nacionales que visitaron la provincia de Carhuaz del periodo de julio a diciembre del 2019, así como también el número de establecimientos hoteleros categorizados de esa provincia, una vez recolectada los datos de las encuestas desde julio a diciembre del 2019 se procedió a procesarla en el sistema SPSS.

En total se encuestó a 180 huéspedes, este número fue repartido de acuerdo al porcentaje de ocupación de cada establecimiento. La encuesta fue validada por 3 expertos en el sector, las encuestas se realizaron online mediante la plataforma de Google Drive donde se creó un link para que los encuestados puedan acceder a él mediante su correo electrónico. Se tabularon en cuadros estadísticos en Excel y la tabulación se hizo con SPSS. Pruebas estadísticas para contrastar resultados, test de normalidad, alfa de Cronbach y coeficiente de Spearman.

Capítulo 5: Resultados

5.1 Presentación de Resultados

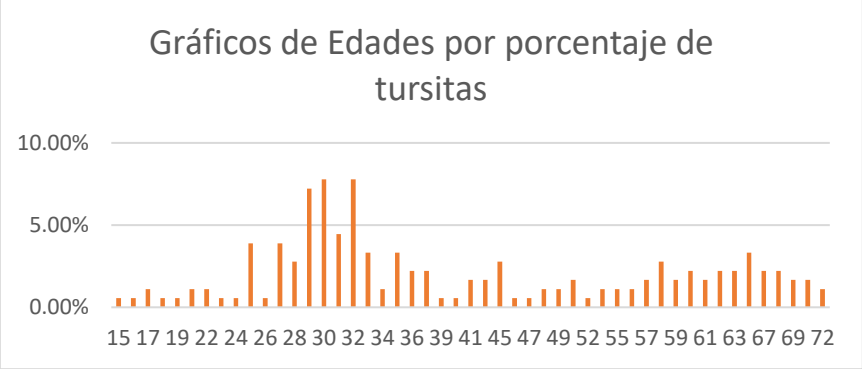
El cuestionario constó de dos partes, la primera donde se piden los datos generales como la edad, el género, grado de instrucción, categoría del establecimiento de hospedaje que utiliza y motivo del viaje. En la segunda parte se tomó las 20 preguntas del modelo del Hotelqual.

5.1.1 Resultados de los datos generales de los encuestados

Pregunta 1: Edad de los Encuestados

Gráfico N°1

Edades por porcentaje de turistas

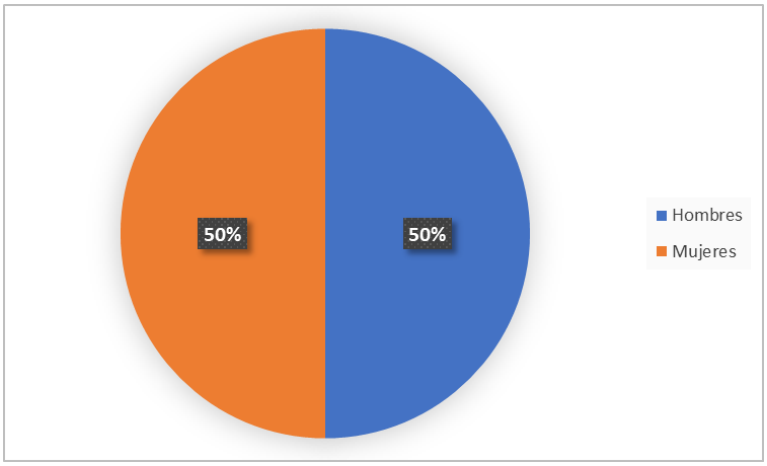


El gráfico 1 muestra que un 8% de los turistas que visitan la ciudad de Carhuaz tienen 32 años también un 8% tienen 30 años y un 7% tiene 29 años.

Pregunta 2: Género de los encuestados

Gráfico N°2

Género de los encuestados

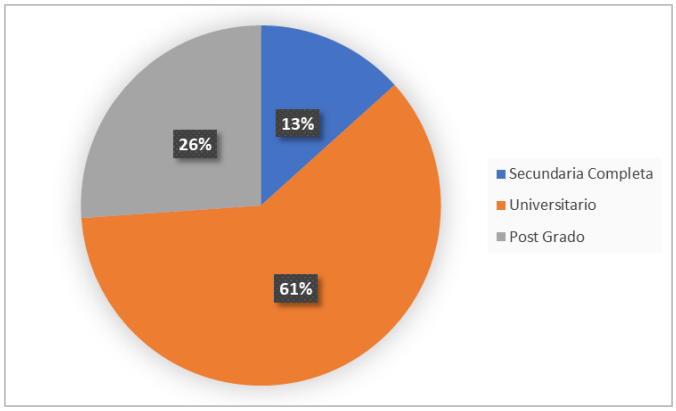


Como se puede observar en el gráfico 2 el género de los turistas que visitan la provincia de Carhuaz el 50% es de género femenino y el otro 50% es de género masculino.

Pregunta 3: Grado de Instrucción

Gráfico N°3

Grado de instrucción de los encuestados

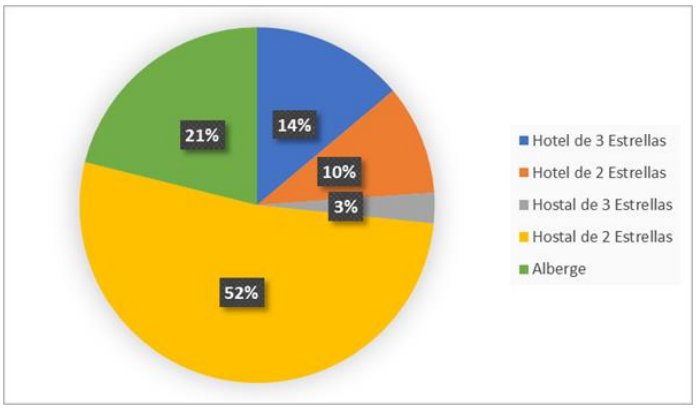


El gráfico 3 muestra que los turistas nacionales que visitan la provincia de Carhuaz el 61% tienen grado universitario, el 26% tienen estudios de post grado y un 13% secundaria terminada.

Pregunta 4: Establecimiento de Hospedaje que utiliza

Gráfico N°4

Categoría de Establecimiento de Hospedaje que utilizan los turistas

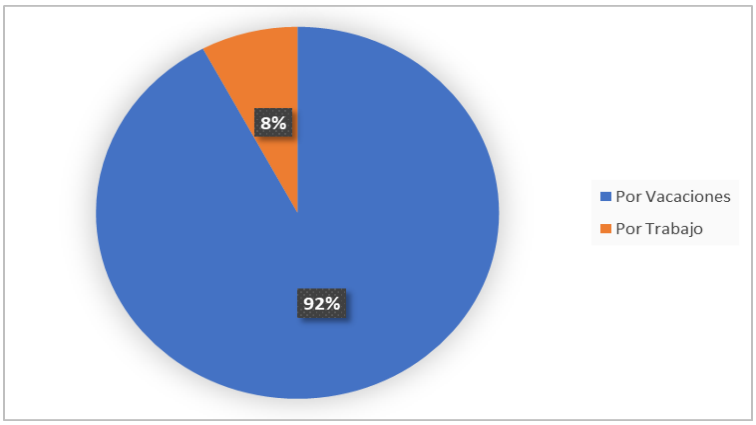


El gráfico 4 muestra la categoría de los establecimientos de hospedaje que eligen los turistas nacionales que visitan la provincia de Carhuaz, el 14% se hospedan en hoteles de 3 estrellas, 10% en hoteles de 2 estrellas, 3% en hostal de 3 estrellas, 52% en hostales de 2 estrellas y 21% en albergues.

Pregunta 5: Motivo del Viaje

Gráfico N°5

Motivo de viaje a Carhuaz

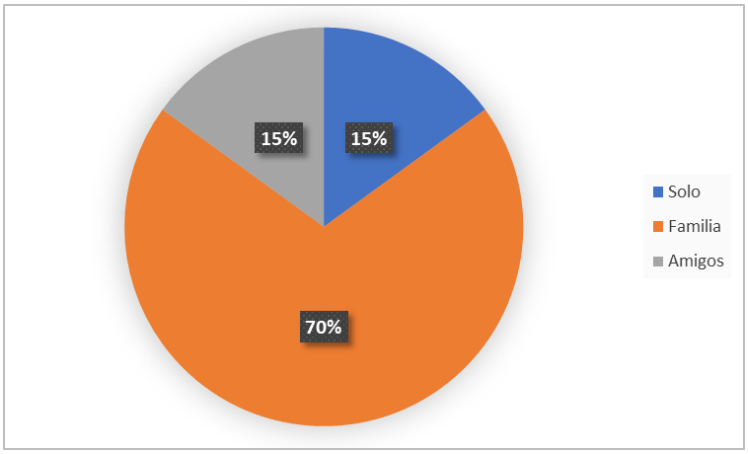


Como se aprecia en el gráfico 5 el 92% de los turistas nacionales lo hacen por vacaciones y el 8% viaja por trabajo.

Pregunta 6: Personas con las que Viaja

Gráfico N°6

Personas con la que Viaja a Carhuaz



El gráfico 6 muestra que un 70 % de los turistas que llegan a Carhuaz viajan en Familia y un 15 % a viaja solo o con amigos.

Resultados de la encuesta sobre la calidad del servicio en un establecimiento hotelero categorizado.

5.1.2 La Evaluación del personal

Pregunta 1: El personal del hotel tiene un aspecto limpio y aseado.

Tabla N°17

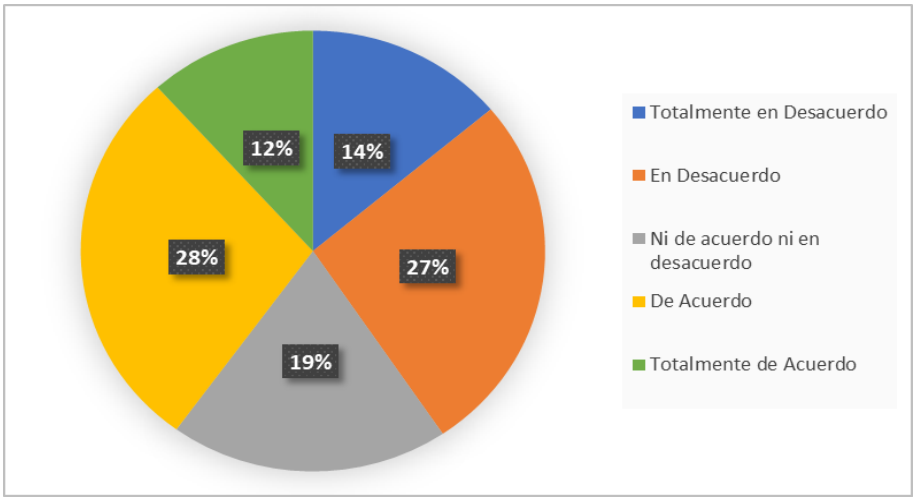
El personal tiene un aspecto limpio y aseado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	25	13,9	13,9	13,9
	En Desacuerdo	48	26,7	26,7	40,6
	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	35	19,4	19,4	60,0
	De Acuerdo	51	28,3	28,3	88,3
	Totalmente de Acuerdo	21	11,7	11,7	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Nota:
Fuente: SPSS
Elaboración: Propia

Gráfico N°7

El personal del hotel tiene un aspecto limpio y aseado



Con respecto a la pregunta 1, el gráfico 7 muestra que un 28% de los encuestados está de acuerdo que el personal del hotel tiene un aspecto limpio y ordenado, un 27% está en desacuerdo, un 19% no está de acuerdo ni en desacuerdo, un 14% está totalmente en desacuerdo y un 12% está totalmente de acuerdo.

Pregunta 2: El personal demuestra actitud al responder sus consultas.

Tabla N°18

El personal demuestra actitud al responder sus consultas

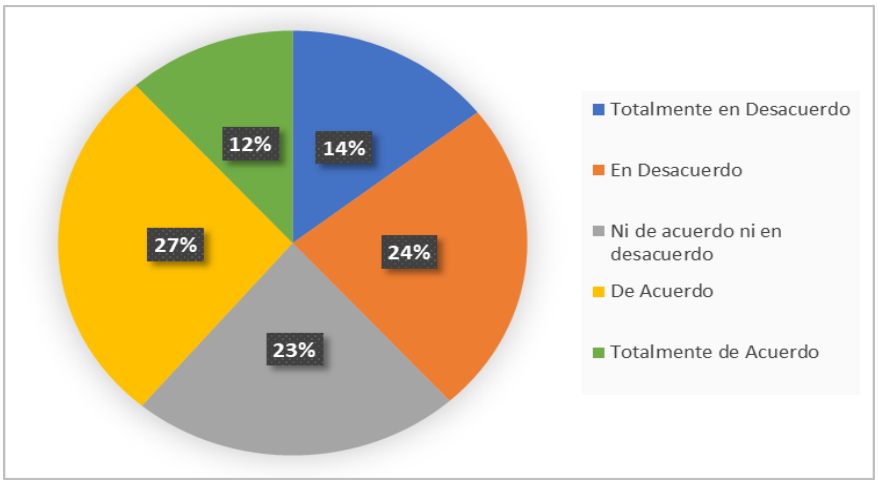
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	26	14,4	14,4	14,4
	En Desacuerdo	43	23,9	23,9	38,3
	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	41	22,8	22,8	61,1
	De Acuerdo	49	27,2	27,2	88,3
	Totalmente de Acuerdo	21	11,7	11,7	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Nota:

Fuente: SPSS
Elaboración Propia

Gráfico N°8

El personal demuestra actitud al responder sus consultas



Con respecto a la segunda pregunta sobre si el personal demuestra actitud al responder sus consultas el gráfico 8 muestra que el 27% está de acuerdo, el 24% está en desacuerdo, el 23% no está de acuerdo ni en desacuerdo, un 14% está totalmente en desacuerdo y un 12% se encuentra totalmente de acuerdo.

Pregunta 3: El personal del hotel está disponible en todo momento.

Tabla N°19

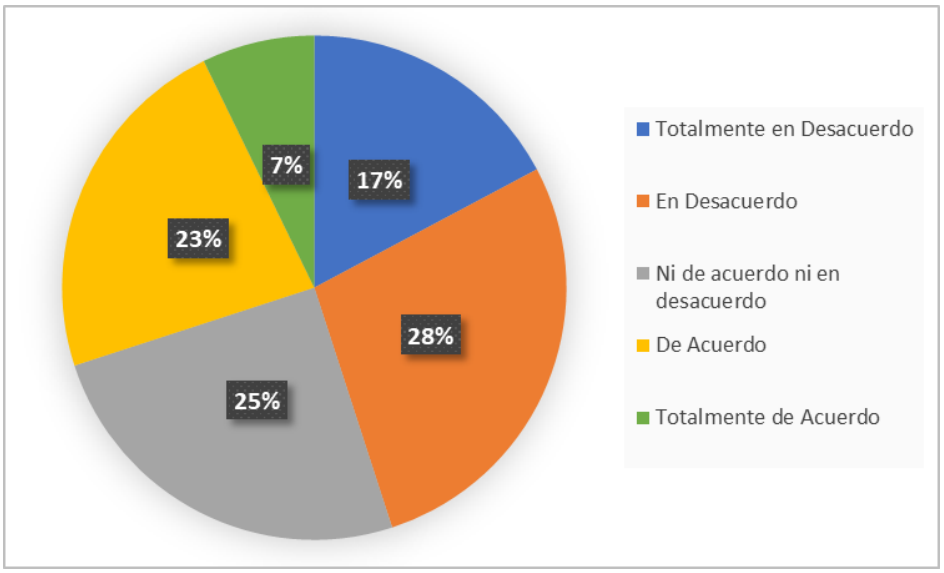
El personal del hotel está disponible en todo momento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	31	17,2	17,2	17,2
	En Desacuerdo	50	27,8	27,8	45,0
	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	45	25,0	25,0	70,0
	De Acuerdo	41	22,8	22,8	92,8
	Totalmente de Acuerdo	13	7,2	7,2	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Nota:
Fuente: SPSS
Elaboración propia

Gráfico N°9

El personal del hotel está disponible en todo momento



Con respecto a la pregunta 3 si el personal del hotel está disponible en todo momento, el grafico 9 muestra que el 28% está en desacuerdo, un 25 % no está de acuerdo ni en desacuerdo, un 23% está de acuerdo, un 17% está en desacuerdo y solo un 7% está totalmente de acuerdo.

Pregunta 4: El personal del hotel inspira confianza.

Tabla N°20

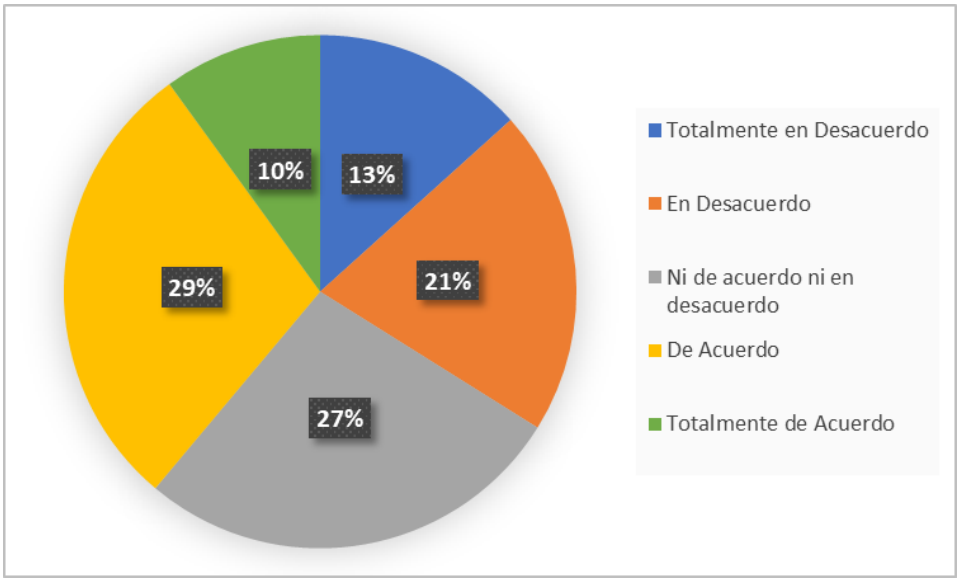
El personal del hotel inspira confianza

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	24	13,3	13,3	13,3
	En Desacuerdo	37	20,6	20,6	33,9
	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	49	27,2	27,2	61,1
	De Acuerdo	52	28,9	28,9	90,0
	Totalmente de Acuerdo	18	10,0	10,0	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Fuente:
Fuente: SPSS
Elaboración propia

Gráfico N°10

El personal del hotel inspira confianza



La pregunta 4, si el personal del hotel inspira confianza, el gráfico 10 muestra que un 29% está de acuerdo, un 27% no está de acuerdo ni en desacuerdo, un 21% está en desacuerdo, un 13% está totalmente en desacuerdo y un 10% está totalmente de acuerdo.

Pregunta 5: El personal es competente y profesional.

Tabla N°21

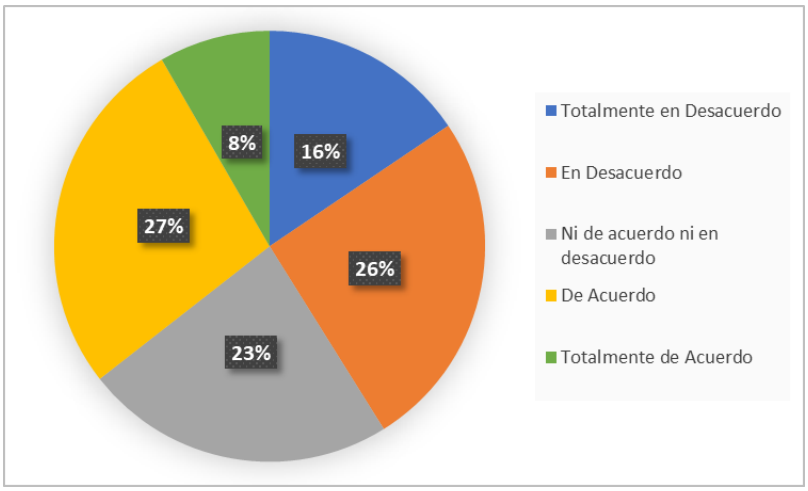
El Personal es competente y profesional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	28	15,6	15,6	15,6
	En Desacuerdo	46	25,6	25,6	41,1
	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	42	23,3	23,3	64,4
	De Acuerdo	49	27,2	27,2	91,7
	Totalmente de Acuerdo	15	8,3	8,3	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Nota:
Fuente: SPSS
Elaboración propia

Gráfico N°11

El personal es competente y profesional



En la pregunta 5 si el personal del establecimiento de hospedaje es competente y profesional, en el gráfico 11 se aprecia que un 27% está de acuerdo, un 26% está en desacuerdo, un 23% no está de acuerdo ni en desacuerdo, un 16% está totalmente en desacuerdo y un 8% está totalmente de acuerdo.

Pregunta 6: El personal del hotel demuestra y conoce las necesidades de los huéspedes.

Tabla N°22

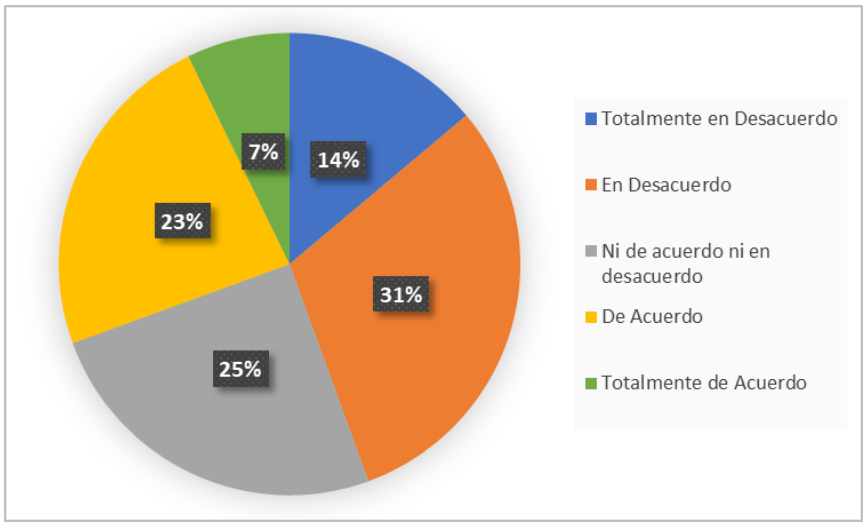
El personal del hotel demuestra y conoce las necesidades de los huéspedes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	25	13,9	13,9	13,9
	En Desacuerdo	55	30,6	30,6	44,4
	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	45	25,0	25,0	69,4
	De Acuerdo	42	23,3	23,3	92,8
	Totalmente de Acuerdo	13	7,2	7,2	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Nota:
Fuente: SPSS
Elaboración propia

Gráfico N°12

El personal del hotel demuestra y conoce las necesidades de los huéspedes



En pregunta 6 sobre si el personal del hotel demuestra y conoce las necesidades de los huéspedes, en el gráfico 12 se aprecia que un 31% se encuentra en desacuerdo, un 25% no está de acuerdo ni en desacuerdo, un 23% se encuentra de acuerdo, un 14% se encuentra totalmente en desacuerdo y un 7% se encuentra totalmente de acuerdo.

Pregunta 7: El personal del hotel logra resolver todas sus consultas.

Tabla N°23

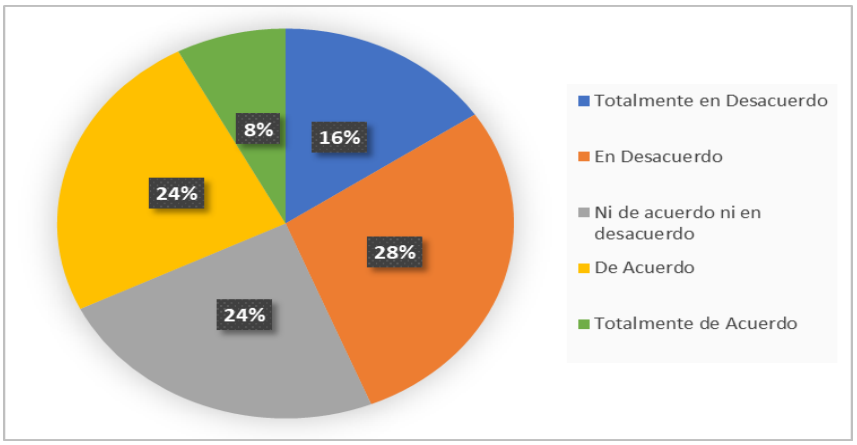
El personal del hotel logra todas sus consultas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	28	15,6	15,6	15,6
	En Desacuerdo	51	28,3	28,3	43,9
	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	43	23,9	23,9	67,8
	De Acuerdo	44	24,4	24,4	92,2
	Totalmente de Acuerdo	14	7,8	7,8	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Nota:
Fuente: SPSS
Elaboración propia

Gráfico N°13

El personal del hotel logra resolver todas sus consultas



En la pregunta 7 si el personal del hotel logra resolver todas sus consultas, el gráfico 13 muestra que un 28% se encuentra en desacuerdo, un 24% no está de acuerdo ni en desacuerdo, un 24% se encuentra de acuerdo, un 16% se encuentra totalmente en desacuerdo y un 8% se encuentra totalmente de acuerdo.

5.1.3 La Evaluación de las Instalaciones y Funcionamiento

Pregunta 8: Los ambientes y equipamientos están bien conservados (ascensores, habitaciones, pasillos, etc.).

Tabla N°24

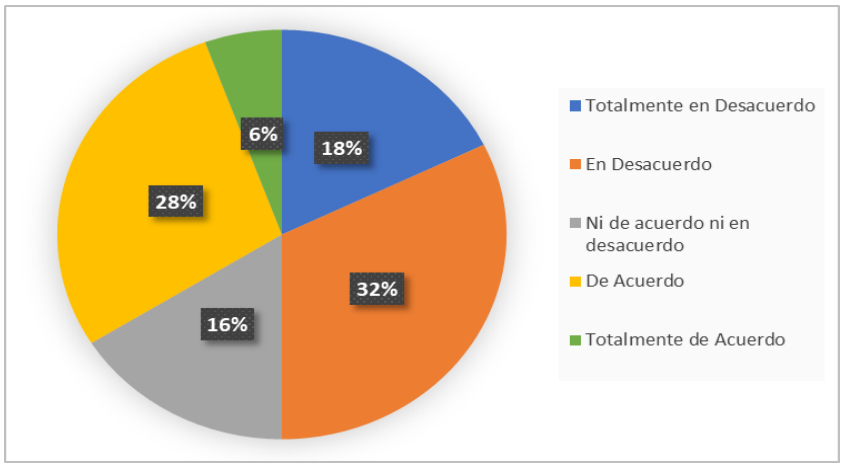
Los ambientes y equipamientos están bien conservados (ascensores, habitaciones, pasillos, etc.)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	32	17,8	17,8	17,8
	En Desacuerdo	58	32,2	32,2	50,0
	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	29	16,1	16,1	66,1
	De Acuerdo	51	28,3	28,3	94,4
	Totalmente de Acuerdo	10	5,6	5,6	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Nota:
Fuente: SPSS
Elaboración propia

Gráfico N°14

Los ambientes y equipamientos están bien conservados (ascensores, habitaciones, pasillos, etc.)



En pregunta 8, si los ambientes y equipamientos están bien conservados, el gráfico 14 se muestra un 32% se encuentra en desacuerdo, un 28% se encuentra de acuerdo, un 18% se encuentra totalmente en desacuerdo, un 16% no está de acuerdo ni en desacuerdo y un 6% se encuentra totalmente de acuerdo.

Pregunta 9: Los ambientes e instalaciones son agradables. (ascensores, habitaciones, pasillos, etc.).

Tabla N°25

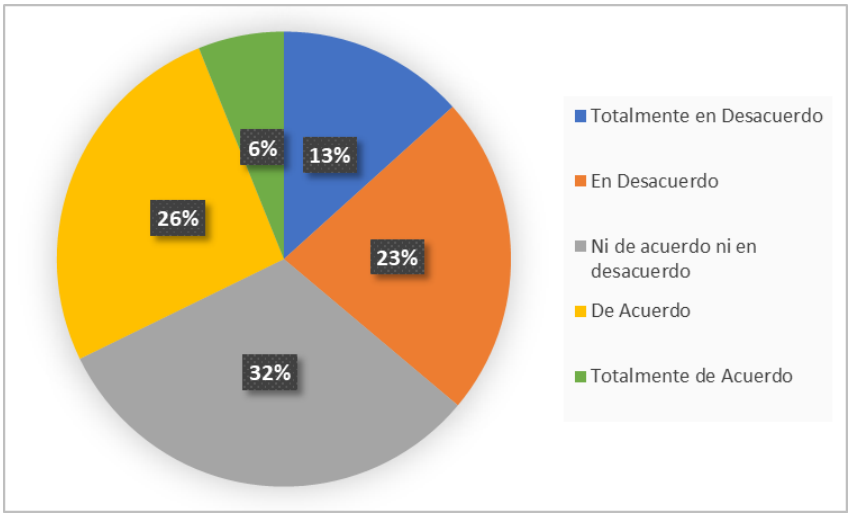
Los ambientes e instalaciones son agradables (ascensores, habitaciones, pasillos, etc.).

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	24	13,3	13,3	13,3
	En Desacuerdo	41	22,8	22,8	36,1
	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	57	31,7	31,7	67,8
	De Acuerdo	47	26,1	26,1	93,9
	Totalmente de Acuerdo	11	6,1	6,1	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Nota:
Fuente: SPSS
Elaboración propia

Gráfico N°15

Los ambientes e instalaciones son agradables. (ascensores, habitaciones, pasillos, etc.)



En la pregunta 9 si los ambientes e instalaciones son agradables, en el gráfico 15 se aparecía que un 32% no está de acuerdo ni en desacuerdo, un 26 % está de acuerdo, un 23% está en desacuerdo, un 13% está totalmente en desacuerdo, y un 6% está totalmente de acuerdo.

Pregunta 10: Las instalaciones siempre están limpias (ascensores, pasillos, etc.).

Tabla N°26

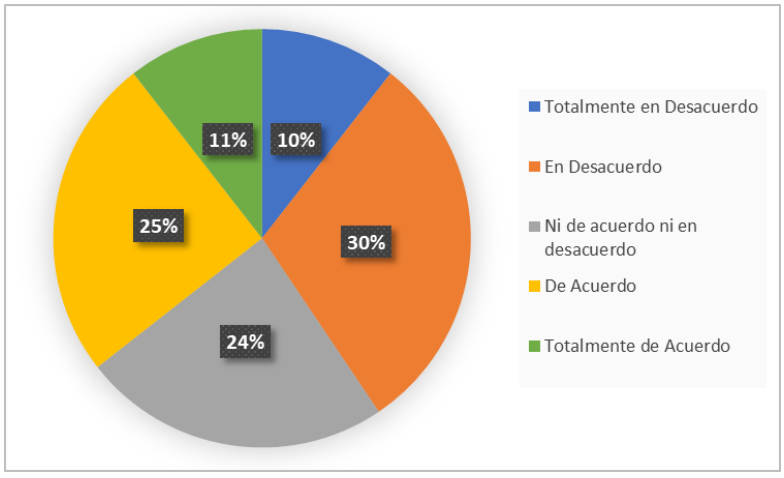
Las instalaciones siempre están limpias (ascensores, pasillos, etc.)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	19	10,6	10,6	10,6
	En Desacuerdo	54	30,0	30,0	40,6
	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	43	23,9	23,9	64,4
	De Acuerdo	45	25,0	25,0	89,4
	Totalmente de Acuerdo	19	10,6	10,6	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Nota:
Fuente: SPSS
Elaboración propia

Gráfico N°16

Las instalaciones siempre están limpias (ascensores, pasillos, etc.)



En la pregunta 10, si las instalaciones están limpias, el gráfico 16 muestra que un 30% se encuentra en desacuerdo, un 25% se encuentra de acuerdo, un 24% no se encuentra de acuerdo ni desacuerdo, un 11% se encuentra totalmente de acuerdo y un 10% se encuentra totalmente en desacuerdo.

Pregunta 11: Las instalaciones son confortables y acogedoras (ascensores, pasillos, etc.).

Tabla N°27

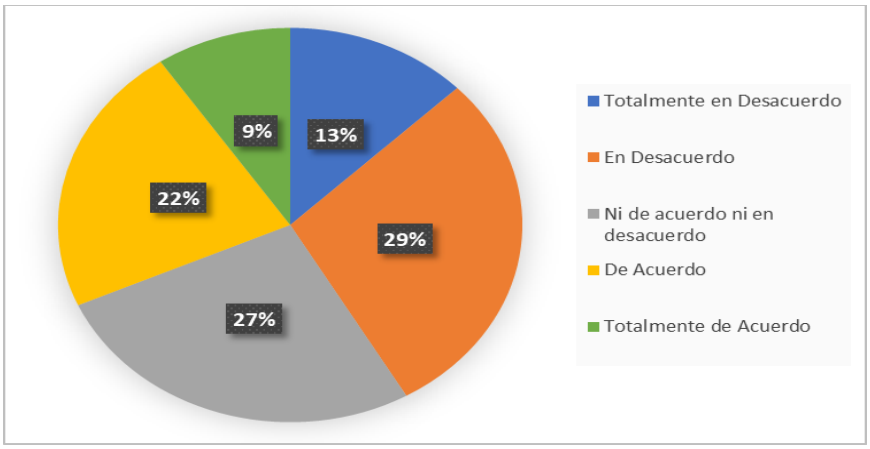
Las instalaciones son confortables y acogedoras (ascensores, pasillos, etc.)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	23	12,8	12,8	12,8
	En Desacuerdo	52	28,9	28,9	41,7
	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	48	26,7	26,7	68,3
	De Acuerdo	40	22,2	22,2	90,6
	Totalmente de Acuerdo	17	9,4	9,4	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Nota:
Fuente: SPSS
Elaboración propia

Gráfico N°17

Las instalaciones son confortables y acogedoras (ascensores, pasillos, etc.)



En la pregunta 11, si las instalaciones son confortables y acogedoras, en el gráfico 17 se observa que un 29% está en desacuerdo, un 27% no está de acuerdo ni en desacuerdo, un 22% está de acuerdo, un 13% está totalmente en desacuerdo y un 9% está totalmente de acuerdo.

Pregunta 12: Se consigue fácilmente información de los servicios que el huésped necesita.

Tabla N°28

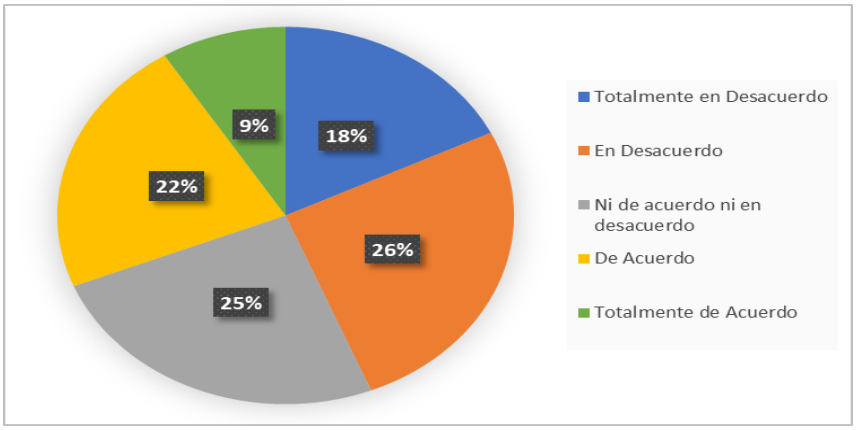
Se consigue fácilmente información de los servicios que el huésped necesita

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	32	17,8	17,8	17,8
	En Desacuerdo	47	26,1	26,1	43,9
	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	45	25,0	25,0	68,9
	De Acuerdo	40	22,2	22,2	91,1
	Totalmente de Acuerdo	16	8,9	8,9	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Nota:
Fuente: SPSS
Elaboración propia

Gráfico N°18

Se consigue fácilmente información de los servicios que el huésped necesita



En la pregunta 12, si se consigue fácilmente información de los servicios que el huésped necesita, el gráfico 18 muestra que un 26% se encuentra en desacuerdo, un 25% no se encuentra de acuerdo ni en desacuerdo, un 22% se encuentra de acuerdo un 18% se encuentra totalmente en desacuerdo y un 9% se encuentra totalmente de acuerdo.

Pregunta 13: Las instalaciones cumplen con las normas de seguridad.

Tabla N°29

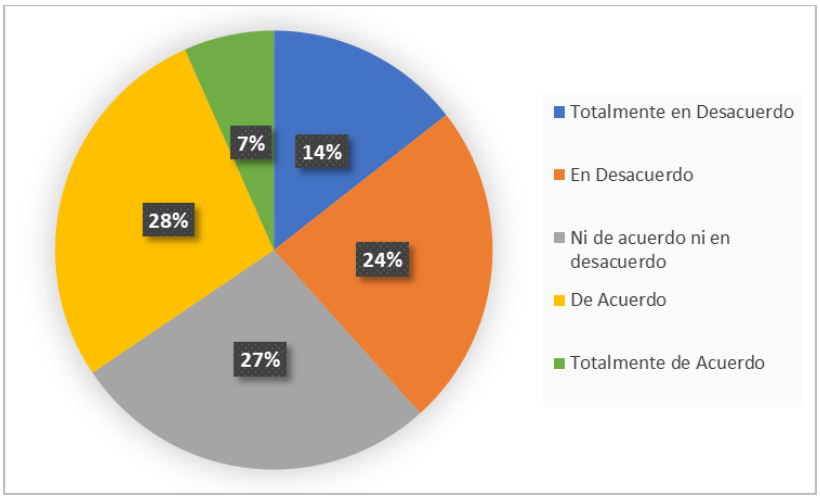
Las instalaciones cumplen con las normas de seguridad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	26	14,4	14,4	14,4
	En Desacuerdo	43	23,9	23,9	38,3
	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	49	27,2	27,2	65,6
	De Acuerdo	50	27,8	27,8	93,3
	Totalmente de Acuerdo	12	6,7	6,7	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Nota:
Fuente: SPSS
Elaboración propia

Gráfico N°19

Las instalaciones cumplen con las normas de seguridad



En la pregunta 13, si las instalaciones cumplen con las normas de seguridad, el gráfico 19 muestra que un 28% se encuentra de acuerdo, un 27 % no está de acuerdo ni en desacuerdo, un 24% está en desacuerdo, un 14% está totalmente en desacuerdo y un 7% está totalmente de acuerdo.

5.1.4 La Organización del Servicio

Pregunta 14: Se da el servicio según lo que se ha contratado.

Tabla N°30

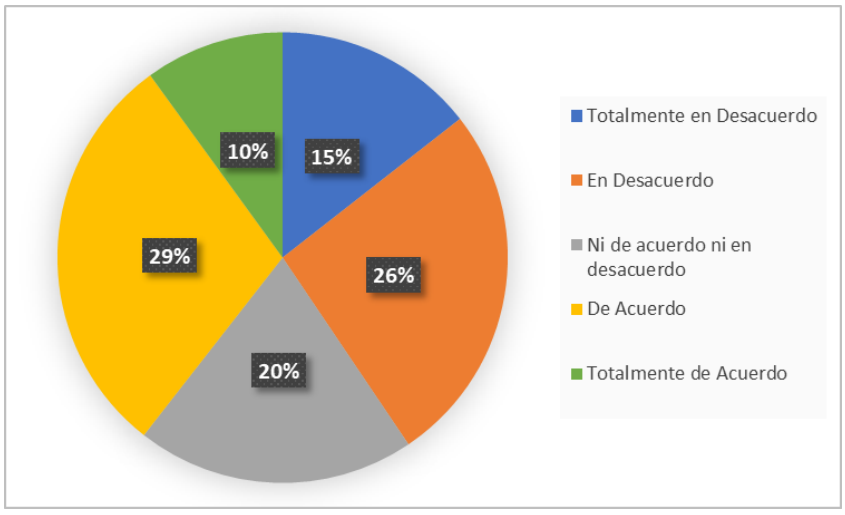
Se da el servicio según lo que se ha contratado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	26	14,4	14,4	14,4
	En Desacuerdo	47	26,1	26,1	40,6
	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	36	20,0	20,0	60,6
	De Acuerdo	53	29,4	29,4	90,0
	Totalmente de Acuerdo	18	10,0	10,0	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Fuente: SPSS
Elaboración propia

Gráfico N°20

Se da el servicio según lo que se ha contratado



En la pregunta 14, si se da el ser servicio según lo programado, el gráfico 20 se observa que un 29% está de acuerdo, el 26% está en desacuerdo, el 20% no está de acuerdo ni en desacuerdo, un 15% está totalmente en desacuerdo y un 10% está totalmente de acuerdo.

Pregunta 15: Los empleados del hotel resuelven de manera eficaz los problemas del huésped.

Tabla N°31

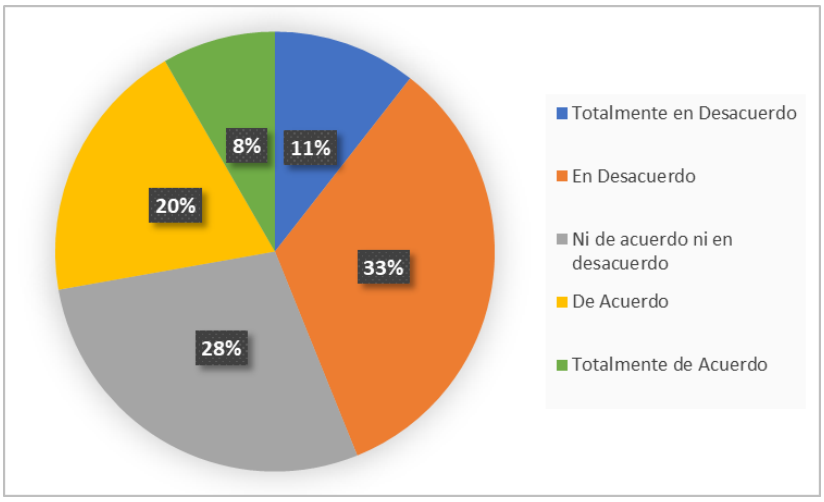
Los empleados del hotel resuelven de manera eficaz los problemas del huésped

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	19	10,6	10,6	10,6
	En Desacuerdo	60	33,3	33,3	43,9
	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	51	28,3	28,3	72,2
	De Acuerdo	35	19,4	19,4	91,7
	Totalmente de Acuerdo	15	8,3	8,3	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Nota:
Fuente: SPSS
Elaboración propia

Gráfico N°21

Los empleados del hotel resuelven de manera eficaz los problemas del huésped



En la pregunta 15, si los empleados del hotel resuelven de manera eficaz los problemas del huésped, en el gráfico 21 se observa que un 33% se encuentra en desacuerdo, un 28% no se encuentra de acuerdo ni en desacuerdo, un 20% se encuentra de acuerdo, un 11% se encuentra totalmente en desacuerdo y un 8% se encuentra totalmente de acuerdo.

Pregunta 16: Los empleados del hotel registran los datos del huésped de manera correcta.

Tabla N°32

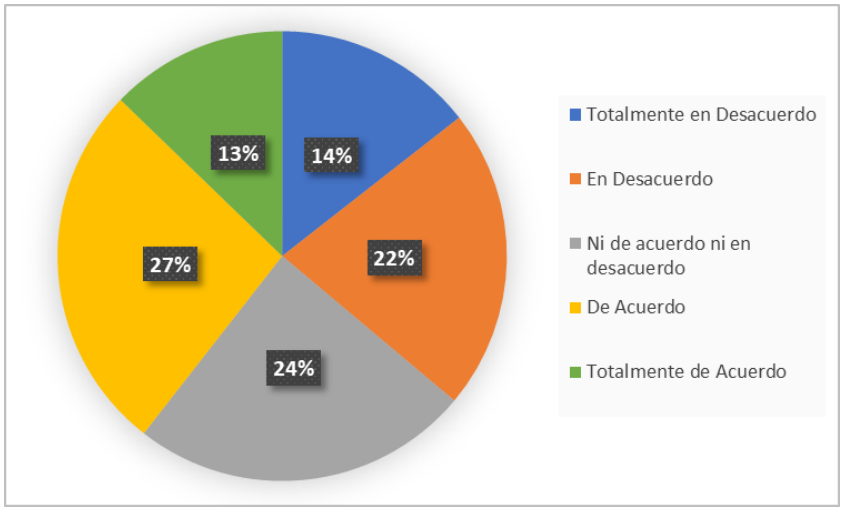
Los empleados del hotel registran los datos del huésped de manera correcta.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	26	14,4	14,4	14,4
	En Desacuerdo	39	21,7	21,7	36,1
	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	44	24,4	24,4	60,6
	De Acuerdo	48	26,7	26,7	87,2
	Totalmente de Acuerdo	23	12,8	12,8	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Nota:
Fuente: SPSS
Elaboración propia

Gráfico N°22

Los empleados del hotel registran los datos del huésped de manera correcta



En la pregunta 16, si los empleados del hotel registran los datos del huésped de manera correcta, el gráfico 22 muestra que un 27% está de acuerdo, un 24% no está de acuerdo ni en desacuerdo, un 22% está en desacuerdo, un 14% está totalmente en desacuerdo y un 13% está totalmente de acuerdo.

Pregunta 17. Los servicios del hotel funcionan con rapidez (Check-in, Desayuno, Check-out, etc.).

Tabla N°33

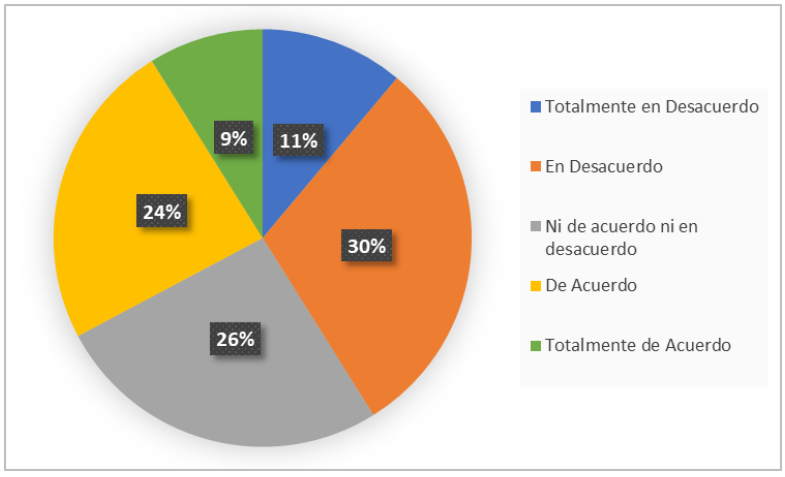
Los servicios del hotel funcionan con rapidez (Check-in, Desayuno, Check-out, etc.)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	20	11,1	11,1	11,1
	En Desacuerdo	54	30,0	30,0	41,1
	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	47	26,1	26,1	67,2
	De Acuerdo	43	23,9	23,9	91,1
	Totalmente de Acuerdo	16	8,9	8,9	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Fuente: SPSS
Elaboración propia

Gráfico N°23

Los servicios del hotel funcionan con rapidez (Check-in, Desayuno, Check-out, etc.)



En la pregunta 17, si los servicios del hotel funcionan con rapidez, el gráfico 23 muestra que un 30% se encuentra en desacuerdo, un 26% no se encuentra de acuerdo ni en desacuerdo, un 24% se encuentra de acuerdo, un 11% se encuentra totalmente en desacuerdo y un 9% se encuentra totalmente de acuerdo.

Pregunta: 18 Siempre hay una persona de la dirección a disposición del huésped por si surge algún problema.

Tabla N°34

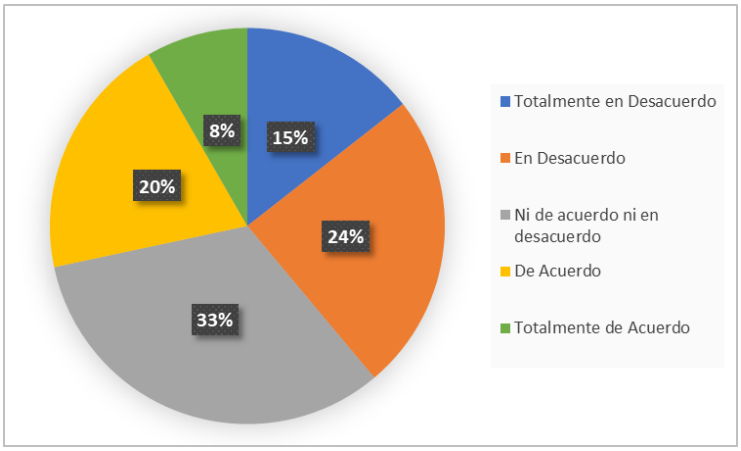
Siempre hay una persona de la dirección a disposición del huésped por si surge algún problema

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	26	14,4	14,4	14,4
	En Desacuerdo	44	24,4	24,4	38,9
	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	59	32,8	32,8	71,7
	De Acuerdo	36	20,0	20,0	91,7
	Totalmente de Acuerdo	15	8,3	8,3	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Nota:
Fuente: SPSS
Elaboración propia

Gráfico N°24

Siempre hay una persona de la dirección a disposición del huésped por si surge algún problema



En la pregunta 18 sobre si siempre hay una persona de la dirección a disposición del huésped por si surge algún problema, en el gráfico 24 se aprecia que un 33% no se encuentra de acuerdo ni en desacuerdo, el 24% se encuentra en desacuerdo, el 20% se encuentra de acuerdo, el 15% se encuentra totalmente en desacuerdo y un 8% está totalmente de acuerdo.

Pregunta 19: Se actúa con discreción y se respeta la intimidad del huésped.

Tabla N°35

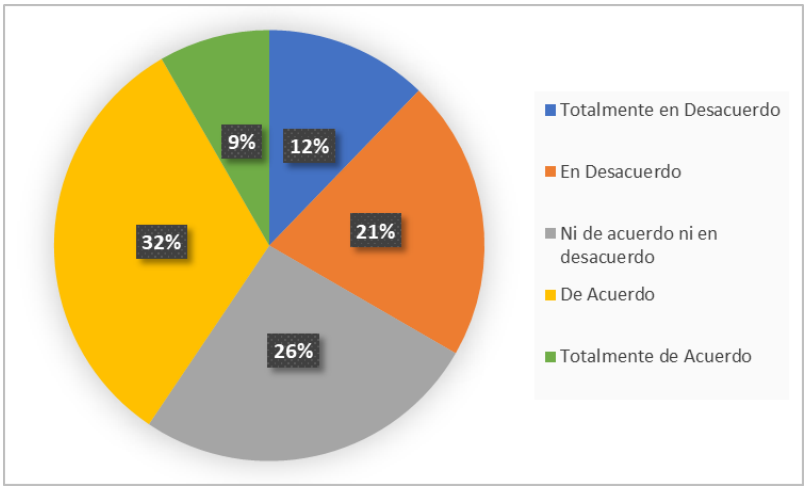
Se actúa con discreción y se respeta la intimidad del huésped

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	22	12,2	12,2	12,2
	En Desacuerdo	38	21,1	21,1	33,3
	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	47	26,1	26,1	59,4
	De Acuerdo	58	32,2	32,2	91,7
	Totalmente de Acuerdo	15	8,3	8,3	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Nota:
Fuente: SPSS
Elaboración propia

Gráfico N°25

Se actúa con discreción y se respeta la intimidad del huésped



En la pregunta 19 sobre si se el establecimiento de hospedaje actúa con discreción y se respeta la intimidad del huésped, en el gráfico 25 se muestra que el 32% está de acuerdo, el 26% no está de acuerdo ni en desacuerdo, el 21% está en desacuerdo, el 12% está totalmente en desacuerdo y solo un 9% está totalmente de acuerdo.

Pregunta 20: Hacen que el huésped se sienta importante.

Tabla N°36

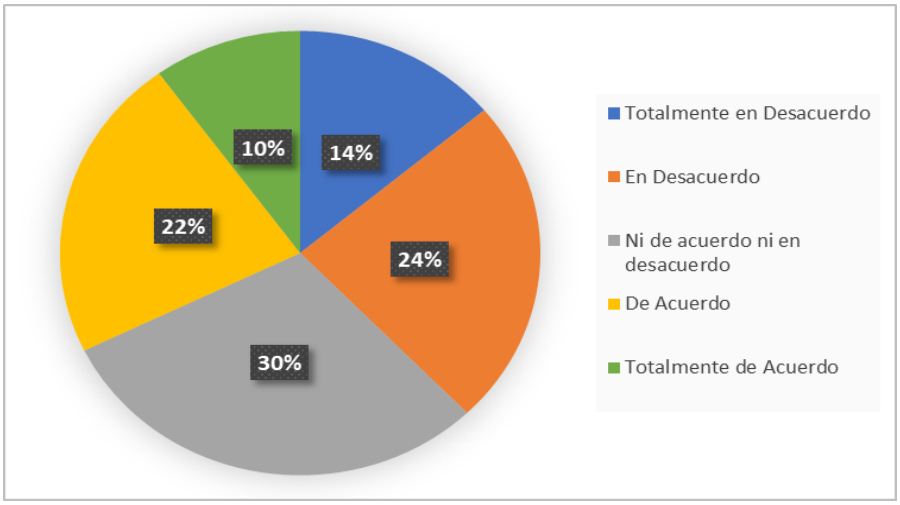
Hacen que el huésped se sienta importante

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	25	13,9	13,9	13,9
	En Desacuerdo	43	23,9	23,9	37,8
	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	54	30,0	30,0	67,8
	De Acuerdo	40	22,2	22,2	90,0
	Totalmente de Acuerdo	18	10,0	10,0	100,0
	Total	180	100,0	100,0	

Nota:
Fuente: SPSS
Elaboración propia

Gráfico N°26

Hacen que el huésped se sienta importante



En la pregunta 20, si hacen que los huéspedes se sientan importantes, en el gráfico 26 se aprecia que un 30% no se encuentra de acuerdo ni en desacuerdo, un 24% se encuentra en desacuerdo, un 22% se encuentra de acuerdo, un 14% se encuentra totalmente en desacuerdo y un 10% se encuentra totalmente de acuerdo.

5.2 Contrastación de Hipótesis

Según Hernández R. y Mendoza P. (2018), indican que existen dos tipos de análisis estadísticos que se pueden usar para hacer la prueba de hipótesis: análisis paramétricos para las hipótesis o pruebas con variables de intervalos o razón y análisis no paramétricos para hipótesis o pruebas con variables nominales u ordinales.

5.2.1 Test de Normalidad

Según Hernández R. y Mendoza P. (2018), en la prueba de normalidad se encuentra la prueba de Kolmogorov-Sminov, se realizó con el objetivo de conocer si los datos obtenidos contienen una distribución paramétrica o no paramétrica, es decir, si existe concordancia entre la distribución de la muestra y una distribución teórica especifica.

El test de normalidad se aplica para saber si la distribución de los datos es normales o no normal, los más conocidos son los Test de Shapiro Wilk que se utiliza cuando la muestra es de 50 o menos sujetos y el otro es el de Kolmogorov Smirnov cuando los encuestados son mayores a 50. Este resultado nos va a indicar si se va a utilizar estadística paramétrica o estadística no paramétrica.

Se dice que cuando el valor de significancia es mayor a 0,05 son datos normales (estadística paramétrica) y si los valores de significancia son menores a 0,05 los datos son anormales (estadística no paramétrica).

En nuestro caso emplearemos la prueba de Kolmogorov Smirnov y planteamos nuestras hipótesis de la siguiente manera:

Planteamos la Hipótesis:

a) Hipótesis Nula (H0): los datos tienen una distribución normal

b) Hipótesis Alterna (Ha): los datos no tienen una distribución normal

Tabla N°37

Test de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov[a]		
	Estadístico	gl	Sig.
CALIDAD_DEL_SERVICIO	,211	180	,000
SATISFACCIÓN	,046	180	,200*

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Nota:
Fuente: SPSS
Elaboración: Propia

Decisión y conclusión:

Como las significancias no son normales utilizaremos el sistema estadístico no paramétrico de Rho de Spearman.

Criterio de decisión para el nivel de significancia:

Si p < 0.05 rechazamos la H0 y aceptamos la Ha.

Si p > 0.05 aceptamos la H0 y rechazamos la Ha.

5.2.2 Rho de Spearman

Según Hernández R. y Mendoza P. (2018), Rho de Spearman es “una medida de correlación para variables en un nivel de medición ordinal (ambas), de tal modo que los individuos, casos o unidades de análisis de la muestra pueden ordenarse por rangos (jerarquías). Coeficientes utilizados para relacionar estadísticamente escalas tipo Likert por aquellos investigadores que las consideran ordinales”.

El nivel de significancia de 0.05 es el nivel más utilizado en ciencias sociales. El investigador tendrá el 95% de seguridad y 5% en contra. Para esta investigación se utilizó este nivel de significancia.

Tabla N°38

Nivel de Correlación

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -,019	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,02 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Nota:
Fuente: SPSS
Elaboración: Propia

5.2.3 Contraste de Hipótesis

5.2.3.1 Hipótesis General

a) Hipótesis Nula (H0)

No existe relación entre la calidad de servicio hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019.

b) Hipótesis Alterna (Ha)

Si existe relación entre la calidad de servicio hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019.

c) Nivel de significancia (α):

Nivel de significancia de: α= 5%.

Tabla N°39

Correlación de la Hipótesis General

Correlación de la Hipótesis General

			CALIDAD_DEL_SERVICIO	SATISFACCIÓN
Rho de Spearman	CALIDAD_DEL_SERVICIO	Coeficiente de correlación	1,000	,952**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	180	180
	SATISFACCIÓN	Coeficiente de correlación	,952**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	180	180

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota:
Fuente: SPSS
Elaboración: Propia

Como se aprecia en la tabla N°39, el nivel de correlación de la Calidad del servicio con la Satisfacción es de 0,952, esto quiere decir que poseen una correlación positiva muy alta. Además, al tener una Significancia de p=0,00 < 0.05 rechazamos la H0 y aceptamos la Ha, es decir que si existe relación entre la calidad de servicio hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019.

5.2.3.2. Hipótesis Especifica N° 1

a) Hipótesis Nula (H0)
   No existe relación entre la calidad de atención del personal hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019.

b) Hipótesis Alterna (Ha)

Si existe relación entre la calidad de atención del personal hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019.

c) Nivel de significancia (α):

Nivel de significancia de: α= 5%.

Tabla N° 40

Correlación de la Hipótesis Especifica N°1

Correlación de la Hipótesis Especifica N°1

			EVALUACIÓN DE PERSONAL	SASTIFACCION
Rho de Spearman	EVALUACIÓN DE PERSONAL	Coeficiente de correlación	1,000	,923**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	180	180
	SASTIFACCION	Coeficiente de correlación	,923**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	180	180

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota:
Fuente: SPSS
Elaboración: Propia

Como se aprecia en la tabla N°40, el nivel de correlación de la Evaluación del personal con la Satisfacción es de 0,923, esto quiere decir que poseen una correlación positiva muy alta. Además, al tener una Significancia de p=0,00 < 0.05 rechazamos la H0 y aceptamos la Ha, es decir que si existe relación entre la calidad de atención del personal hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019.

5.2.3.3 Hipótesis Especifica N°2

a) Hipótesis Nula (H0)

No existe relación entre la calidad de las instalaciones en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019.

b) Hipótesis Alterna (Ha)

Si existe relación entre la calidad de las instalaciones en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019.

c) Nivel de significancia (α):

Nivel de significancia de: α= 5%.

Tabla N° 41

Correlación de la Hipótesis Especifica N°2

Correlación de la Hipótesis Especifica N° 2

			INSTALACIONES Y FUNCIONAMIENTO	SASTIFACCION
Rho de Spearman	INSTALACIONES Y FUNCIONAMIENTO	Coeficiente de correlación	1,000	,902**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	180	180
	SASTIFACCION	Coeficiente de correlación	,902**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	180	180

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota:
Fuente: SPSS
Elaboración: Propia

Como se aprecia en la tabla N°41, el nivel de correlación de las Instalaciones y Funcionamiento con la Satisfacción es de 0,902, esto quiere decir que poseen una correlación positiva muy alta. Además, al tener una Significancia de p=0,00 < 0.05 rechazamos la H0 y aceptamos la Ha, es decir que si existe relación entre la calidad de las instalaciones en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019.

5.2.3.4 Hipótesis Especifica N°3

a) Hipótesis Nula (H0)

No existe relación entre la organización del servicio en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019.

b) Hipótesis Alterna (Ha)

Si existe relación entre la organización del servicio en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019.

c) Nivel de significancia (α):

Nivel de significancia de: α= 5%.

Tabla N°42

Correlación de la Hipótesis Especifica N°3

Correlación de la Hipótesis Especifica N°3

			ORGANIZACIÓN DEL SERVICIO	SASTIFACCION
Rho de Spearman	ORGANIZACIÓN DEL SERVICIO	Coeficiente de correlación	1,000	,900**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	180	180
	SASTIFACCION	Coeficiente de correlación	,900**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	180	180

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota:

Fuente: SPSS

Elaboración: Propia

Como se aprecia en la tabla N°42, el nivel de correlación de la Organización del servicio con la Satisfacción es de 0,900, esto quiere decir que poseen una correlación positiva muy alta. Además, al tener una Significancia de p=0,00 < 0.05 rechazamos la H0 y aceptamos la Ha, es decir que si existe relación entre la organización del servicio en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019.

5.3 Discusión

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación titulado “Calidad del servicio hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de los turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019”, comparándolas con los antecedentes de este trabajo se puede comentar lo siguiente:

El objetivo general de esta investigación fue hallar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción del cliente, se ha demostrado que existe una correlación positiva muy alta entre las dos variables calidad del servicio y satisfacción, demostrando una baja calidad del servicio prestado por los establecimientos de hospedaje, este resultado muestra concordancia con la investigación de Panduro J. y Rojas A. (2018), titulada “Relación de la calidad de servicio, y la satisfacción del cliente en el hotel Sauce Resort del distrito de Sauce, San Martin 2018”, el investigador aplicó el cuestionario SERVQUAL, con lo que llegó a los mismos resultados, la calidad del servicio se relacionan directamente con la satisfacción, en este estudio se encontró que el 54% de turistas consideraron que la calidad del servicio era alta, un 44% lo consideraron como media y un 2% como baja.

En cuanto a la evaluación del personal a través de esta investigación se determinó que la calidad del servicio que ofrece el personal a turistas nacionales afecta la satisfacción de estos ya que mostraron no estar totalmente satisfechos con los siguientes aspectos: apariencia del personal (uniformes), y la disposición en cualquier momento para atender sus consultas. Al comparar este resultado con los hallados por Funegra R. (2018), titulada “Calidad de servicio y satisfacción de huéspedes en el hotel Libertador Puno”, el investigador también aplicó el cuestionario HOTELQUAL, y el estudio concluyó que existen dos dimensiones de la calidad del servicio que tienen relación muy alta con la

satisfacción que son evaluación del personal donde se destaca si el personal tiene aspecto limpio y aseado para generar una mejor calidad en el servicio y la satisfacción del cliente.

En cuanto a las instalaciones del establecimiento de hospedaje, los resultados de esta investigación indican que un 42% de los huéspedes manifestaron no estar satisfechos con la apariencia de las instalaciones debido a la mala conservación, falta de limpieza, y no son muy acogedoras, demostrando de este modo que si existe relación entre las instalaciones del establecimiento y la satisfacción. Este resultado muestra similitud con el trabajo de investigación de Raymundo E. (2017), "Calidad de servicio en el Hotel Awari Pastoruri Huaraz 2017"., en el que el autor demostró que, si existe relación entre las instalaciones y la satisfacción, ya que el 100% de los huéspedes encuestados manifestaron encontrarse satisfechos con respecto al estado de conservación de las instalaciones, a su apariencia atractiva y a la estructura moderna, que también cumplen con las normas de seguridad. Por último, el personal de dirección se encuentra a disposición del cliente.

En lo que respecta a Organización (administración) del servicio, los resultados muestran una relación alta con la satisfacción, siendo los factores más importantes, en la satisfacción de los huéspedes la resolución de problemas con rapidez, el registro de los datos del huésped de manera correcta, hacer que el huésped se sienta importante, y la prestación del servicio según lo contratado, logrando la satisfacción del huésped. Este resultado es similar al de la investigación de Horna E. (2015), titulada "Percepción en la calidad del servicio de atención al cliente en el hotel Casa Andina Select, Chiclayo", en el que demuestra que existe relación entre la organización del servicio con la satisfacción, ya que los huéspedes mostraron 100% de satisfacción porque se cumple el servicio según lo contratado, el ingreso correcto de datos en la estadía del cliente, los servicios ofrecidos funcionan con rapidez, personal disponible para solucionar cualquier eventualidad del cliente. Además, también se halló relación con la investigación "Análisis de la calidad de servicio del hotel Perla Verde de la ciudad de Esmeraldas" de Muñoz G. (Ecuador 2017), en la que los resultados demostraron que existe relación entre la organización del servicio y la satisfacción, dando como resultado insatisfacción ya que el establecimiento no cumple con la entrega del servicio al cliente según lo contratado como y la limitada planificación operativa, la inexistencia de manuales de procedimientos y falta de seguridad en los alrededores del hotel.

5.4 Conclusiones

De la presente investigación si la calidad del servicio influye en la satisfacción del cliente se puede concluir lo siguiente:

1. Se ha podido determinar que la calidad del servicio que prestan los hoteles de la provincia de Carhuaz con la satisfacción, el 41% de los turistas consideran que los establecimientos de hospedaje de Carhuaz ofrecen un servicio de mala calidad, mientras que el 34%, considera que ofrecen una buena calidad en el servicio.

2. De acuerdo con la evaluación que, los turistas nacionales hacen del personal de los establecimientos de hospedaje se puede concluir que un 41% considera que la atención recibida no es buena, mientras que el 35% considera que la atención recibida fue buena.

3. Con respecto a las instalaciones de los establecimientos de hospedaje con la satisfacción, se concluye que el 42% de los turistas que se hospedaron en un hotel en Carhuaz, consideran que las instalaciones y equipamientos no cumplen con sus requerimientos y se encuentran deterioradas, el 33% considera que las instalaciones y equipamientos si cumplen con sus requerimientos y se encuentran en buenas condiciones, lo que nos indica que esta baja aceptación influiría en satisfacción.

4. Respecto a la evaluación de la organización del servicio (Administración de los hoteles) con la satisfacción, se llegaron a las siguientes conclusiones el 39% de los turistas que se hospedaron en un establecimiento hotelero de Carhuaz, considera que poseen una mala administración, es decir no han cumplido con sus expectativas y no están satisfechos con los servicios del hotel, y un 34% considera que si tienen una buena administración y si cumplen con las expectativas.

5.5 Recomendaciones

A continuación, se enumeran algunas recomendaciones:

1. Se recomienda ampliar el período de investigación ya que, como se explicó en las limitaciones, debido a la pandemia solo fue posible estudiar un período corto, al ampliar el periodo se podría entrevistar e incluir en la investigación a los administradores a cargo, que permitiría conocer qué estándares de calidad aplican o qué limitaciones tienen, también en qué medida consideran ellos que cubren las necesidades de sus huéspedes. Otra razón importante de ampliar el periodo de investigación es la posibilidad de encuestar a los huéspedes al momento del check-out. Todos estos puntos enriquecerían esta investigación.

2. Se recomienda ampliar esta investigación, y considerar encuestar al personal hotelero teniendo en cuenta que, de acuerdo con los resultados obtenidos de la evaluación del personal, la calidad es baja, esto puede ser ocasionado por diversos motivos, falta de capacitación, condiciones laborales, desmotivación, manuales de procedimientos, ambiente de trabajo etc. Identificar la causa de este resultado permitirá implementar mejoras que resultarían en elevar la calidad del servicio con respecto al personal.

3. Otra ventaja de ampliar este estudio es considerar en la muestra no solo los hoteles categorizados, sino también incluir a los hoteles no categorizados, de esta forma se podrá conocer lo que ofrecen estos establecimientos y las opiniones de los turistas que se hospedan en esos establecimientos.

REFERENCIAS

Referencias bibliográficas

Aldana L. y Vargas M. (2014) “Calidad y servicio: Conceptos y herramientas 3a ed.” Universidad de la Sabana, Colombia, https://www.digitaliapublishing.com/a/47174/calidad-y-servicio--conceptos-y-herramientas--3a-ed.-

Caballero, A (2014) *“Metodología integral e innovadora para planes y tesis”*. México Cengage Learning.

Cámara Nacional de Turismo del Perú CANATUR, https://portaldeturismo.pe/noticia/wttc-aporte-total-del-turismo-al-peru-llega-a-us-20838-millones-y-9-8-del-pbi/ (página 5 del presente trabajo)

Castro J., et al (2017) *“Tourism Marketing: Measuring Tourist Satisfaction”*, Journal of Service Science and Management, España, https://www.scirp.org/html/7-9201984_77138.htm

Comisión de promoción del Perú para la exportación y turismo PROMPERU (2013), “segmentación y Tendencias en Turismo” https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN//Uploads/temp/Uploads_eventos_1024_Taller-de-marketing-y-comercializacion-turistica-Cusco.pdf (Pag. 29)

Condori C. (2017), “Calidad del servicio y nivel de satisfacción del turista que visita Wasai Lodge, Madre de Dios” http://repositorio.unamad.edu.pe/handle/UNAMAD/425

Duran, A., León L. (Colombia 2019). *“Calidad del servicio hotelero de Villavicencio”*, Universidad Cooperativa de Colombia, Colombia. Recuperada de https://repository.ucc.edu.co/handle/20.500.12494/12006

Edmundas, J., Streimikiene D., Svagzdiene B.& Simanaviciu, A. (2016), “*Impacto de la calidad del servicio hotelero en la lealtad de los clientes”*, Economic Research-Ekonomska Istraživanja, Lithuania. Recuperada de https://www.researchgate.net/publication/303093503_Impact_of_hotel_service_quality_on_the_loyalty_of_customers

Flores, S. (2018). *"Análisis de la calidad del servicio del Hotel Urdesa Suites Boutique, para la implementación de un plan de capacitación*" Universidad de Guayaquil, Ecuador. Recuperada de http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/27587

Fortez, J. y Solines R. (España 2016), *"Estudio y Análisis de la satisfacción del servicio hotelero, Caso Hotel Carlota"*, Universidad de Especialidades Espíritus Santos UEES, España. Recuperada de http://repositorio.uees.edu.ec/handle/123456789/2067

Funegra R. (2018), *"Calidad de servicio y satisfacción de huéspedes en hoteles Libertador Puno"* Universidad ESAN, Lima-Perú Recuperada de https://repositorio.esan.edu.pe/handle/20.500.12640/1483

García, A. (2016). "Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente", Universidad privada Dr. Rafael Belloso Chacín, Telos, Venezuela, https://www.redalyc.org/pdf/993/99346931003.pdf

Glosario de términos de Turismo, Organización Mundial del Turismo https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#:~:text=2.39%20c)).,internacionales%20(RIET%202008%2C%20p%C3%A1rr.

Gunderman, R. (2010), "A Behavioral Perspective on the Consumer" Second Edition, London England

Hernández, R. y Mendoza C. (2018) "Metodología de la investigación las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta ", México: McGraw-Hill INTERAMERICANA EDITORES, S.A

Horna, E.. (2015), *"Percepción en la calidad del servicio de atención al cliente en el Hotel Casa Andina Select, Chiclayo"* Universidad Señor de Sipan, Lambayeque-Perú. Recuperada de http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/1215

Huamán C. y Silvestre I., 2019, "Pasos para elaborar la investigación y la redacción de una tesis universitaria", Editorial San Marcos

James, R. y William M. (2014), *"Administración y control de la calidad"*, Novena Edición, Estados Unidos: CENGAGE Learning, https://www.academia.edu/38219197/kupdf_net_administracion_y_control_de_la_calidad_1_pdf

Kotler P. (2001), "Dirección de Mercadotecnia", 8va Edición, Pearson Education (Paginas 40-41)

Kotler P. (2016),” Dirección de marketing”, Quinceava Edición, Pearson Educación, https://www.ebooks7-24.com/stage.aspx?il=&pg=&ed=

Kotler, P., Bowen J., Makens J. (2015) “Marketing Turístico”, Pearson Educación, Sexta Edición

Lozano, G. y Najar, O. (2016*), “Satisfacción Laboral y calidad de servicio en el hotel Terra Andina del Cusco, periodo 2016”*, Universidad Andina del Cusco, Cusco-Perú. Recuperada de http://repositorio.uandina.edu.pe/handle/UAC/1681

Macías, C. (Ecuador 2018), *“El departamento de Recepción y la satisfacción de los turistas en los hoteles en el Cantón Babahoyo, Provincia de los Ríos”*, Universidad técnica de Babahoyo, Ecuador. Recuperada de http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/5216

Ministerio de Comercio exterior y Turismo, Reportes estadísticos de Turismo” MINCETUR (2019), https://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/estaTurismo/IndexWeb.aspx

Minstala, V. (2016), “Medición de la satisfacción del cliente con Likert-difuso”, Instituto Tecnológico Superior de Misantla, México, http://pmii.itsm.edu.mx/productividad/CII/memoriacii2016.pdf#page=67

Muñoz, G. (2017), *“Análisis de la calidad de servicio del hotel Perla Verde de la ciudad de Esmeraldas”*, Pontifica Universidad Católica del Ecuador, Ecuador. Recuperada de https://repositorio.pucese.edu.ec/handle/123456789/1116

Norma A.030 de Hospedaje, “Infraestructura mínima para un establecimiento de hospedaje”. http://www3.vivienda.gob.pe/dnc/archivos/Estudios_Normalizacion/Normalizacion/normas/A.030_HOSPEDAJE-ANEXOS.pdf

Panduro, J., Rojas, A. (2018), *“Relación de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en el hotel Sauce Resort del distrito de Sauce, San Martin 2018”,* Universidad Nacional de San Martin, San Martin-Perú. Recuperada de http://repositorio.unsm.edu.pe/handle/11458/3112?show=full

Parra D. y Duque E., (2015), Revista Empresarial REP, Vol. 2 Núm. 2 “Análisis de los modelos de medición de calidad percibida del servicio aplicados en la industria de hospitalidad”, Business School CEIPA, https://revistas.ceipa.edu.co/index.php/perspectiva-empresarial/article/view/82

Perfil el turista nacional que visita Ancash, https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Conociendo%20al%20turista%20que%20visita%20%C3%81ncash&url=~/Uploads/conociendoAlTurista/47/Turista_de_festividades_%C3%81ncash_2017.pdf&nombObjeto=conociendoAlTurista&back=/TurismoIN/sitio/ConociendoAlTuristaQueVisita?region=%C3%81ncash&tab=tab1

Plan de Desarrollo Concertado 2011-2021 de la Provincia de Carhuaz," http://municarhuaz.gob.pe/PDC%20CARHUAZ.pdf

Plan de desarrollo turístico local de Carhuaz 2017 http://190.41.20.115/transparencia/turismo/PDTL.pdf

Pymerang, "Calidad de atención al cliente ", https://www.pymerang.com/marketing-y-redes/1042-3-acciones-para-mantener-siempre-positiva-la-experiencia-del-cliente

Raymundo, E. (2017), *"Calidad de servicio en el Hotel Awari Pastoruri Huaraz 2017".* Universidad San Pedro, Perú. Recuperada de http://publicaciones.usanpedro.edu.pe/handle/USANPEDRO/11630

Renan, F. (2018), *"Calidad de servicio y satisfacción de huéspedes en hoteles libertador Puno",* Universidad ESAN, Lima-Perú. Recuperada de https://repositorio.esan.edu.pe/handle/20.500.12640/1483

Reportes Estadísticos de Turismo, "Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR", https://www.mincetur.gob.pe/turismo/reportes-estadisticos-de-turismo/

Resolución Ministerial N°170-2018 del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, http://transparencia.mincetur.gob.pe/documentos/newweb/Portals/0/transparencia/proyectos%20resoluciones/RM_Nro_170_2018_ProyReglEstableHospedaje.pdf

Rivera, S. (2019) *"La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador"*, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador. Recuperada de http://192.188.52.94:8080/handle/3317/12117

Santana, M., et al. (2017) *"Propuesta de un nuevo sistema de clasificación de hoteles a partir de información extraída de un programa de fidelización de múltiples patrocinadores",* Universidad del país Vasco, España https://www.redalyc.org/pdf/2743/274349307001.pdf

Solano, L. (2017), “Turismo Provincial “, Universidad de Costa Rica, https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-13/SEMANA2/Turismo_Rural_en_el_mundo_.pd.pdf

Torres E. (2006). “Revista de Análisis de Turismo” Asociación Española de expertos de turismo científico de turismo AECIT”, file:///C:/Users/MyPC/Downloads/87-335-1-PB.pdf

Turiweb, “Cifras completas del Mincetur del año 2019 revelan que el turismo receptivo cayó -1.1%”, https://www.turiweb.pe/cifras-completas-del-mincetur-del-ano-2019-revelan-que-el-turismo-receptivo-cayo-1-1/

Anexo N°1: Matriz de consistencia

Preguntas de Investigación		Objetivos		Hipótesis		Metodología	Instrumentos	Variables	Indicadores
General	Especificas	General	Específicos	General	Especificas				
¿Qué relación existe entre calidad de servicio hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019?	¿Qué relación existe entre la calidad de atención del personal hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019?	Identificar la relación que existe entre calidad de servicio hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz en la satisfacción de turistas nacionales durante julio	Identificar la relación entre la calidad de la atención del personal hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz en la satisfacción de turistas nacionales durante julio	Si existe relación entre la calidad de servicio hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019.	Si existe relación entre la calidad de atención del personal hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019.	Tipo cuantitativo correlacional no experimental, debido a que se recopila datos de distintas fuentes, y se mide el nivel de correlación entre las variables calidad del servicio y	Se aplicará el Cuestionario Hotelqual a turistas nacionales que hayan pernoctado al menos una noche en un establecimiento hotelero en la provincia de Carhuaz durante julio a octubre del 2019	Variable 1: Calidad del Servicio	Para medir la calidad de servicio que se percibe en los establecimientos hoteleros se usa el cuestionario modelo Hotelqual, que se compone por: La evaluación del personal.

		a diciembre del 2019.	a diciembre del 2019.			satisfacción .			La evaluación de las instalaciones y funcionamiento
	¿Qué relación existe entre la calidad de las instalaciones de los hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales que durante julio a diciembre del 2019?		Identificar la relación de la calidad de las instalaciones en hoteles categorizados de Carhuaz en la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019.	.	Si existe relación entre la calidad de las instalaciones en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019.			Variable 2: Satisfacción La organización del servicio	

	¿Qué relación existe entre la organización del servicio de los hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019?		Identificar la relación entre la organización del servicio en hoteles categorizados de Carhuaz en la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019.		Si existe relación entre la organización del servicio en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019.				

Anexo N°2: Indicadores de ocupabilidad en un Hotel de 3 Estrellas en Carhuaz durante julio a diciembre del 2019

PERÚ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

ANCASH - CARHUAZ: INDICADORES MENSUALES DE OCUPABILIDAD DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE COLECTIVO, 2019 (Jul-Dic)

Dpto: ANCASH Prov: CARHUAZ Categoria : 3 ESTRELLAS Clase : HOTEL

EXPORTAR EXPORTAR

Meses	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
OFERTA						
Número de establecimiento	2	2	2	2	3	3
Número de habitaciones	58	58	58	58	100	100
Número de plazas-cama	121	121	121	121	222	222
INDICADORES						
TNOH en el mes(%)	9,51	9,45	4,43	3,62	3,87	4,61
TNOC en el mes(%)	11,62	9,33	4,49	3,28	3,92	4,14
Promedio de permanencia(días)	1,61	1,70	1,39	1,27	1,35	1,20
Nacionales(días)	1,62	1,70	1,32	1,28	1,35	1,20
Extranjeros(días)	1,40	1,67	2	1	1,33	1,20
Total de arribos en el mes	271	206	117	97	193	237
Nacionales	261	182	105	92	190	232
Extranjeros	10	24	12	5	3	5
Total pernoctaciones mes	436	350	163	123	261	285
Nacionales	422	310	139	118	257	279
Extranjeros	14	40	24	5	4	6
Total empleo en el mes	12	12	12	12	19	17
COBERTURA DE INFORMANTE						
En N° de establecimientos(%)	100,00	100,00	100,00	100,00	66,67	33,33
En N° de habitaciones(%)	100,00	100,00	100,00	100,00	58,00	35,00

Fuente: Encuesta Mensual de Turismo para Establecimientos de Hospedaje
Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-Sistema de Información Estadistica de Turismo (SET) y DIRCETUR

Anexo N°3: Indicadores de ocupabilidad de un Hotel de 2 Estrellas en Carhuaz durante julio a diciembre del 2019

PERÚ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

ANCASH - CARHUAZ: INDICADORES MENSUALES DE OCUPABILIDAD DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE COLECTIVO, 2019 (Jul-Dic)

Dpto: ANCASH Prov: CARHUAZ Categoria : 2 ESTRELLAS Clase : HOTEL

EXPORTAR EXPORTAR

Meses	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
OFERTA						
Número de establecimiento	1	1	1	1	1	1
Número de habitaciones	25	25	25	25	25	25
Número de plazas-cama	30	30	30	30	30	30
INDICADORES						
TNOH en el mes(%)	2,45	0,77	18,80	0,77	0,93	0,77
TNOC en el mes(%)	3,76	0,65	15,44	0,65	1,11	1,29
Promedio de permanencia(días)	1	1	1,18	1	1,67	1,20
Nacionales(días)	1	1	1,17	1	1,67	1,20
Extranjeros(días)	0	0	1,33	0	0	0
Total de arribos en el mes	35	6	118	6	6	10
Nacionales	35	6	115	6	6	10
Extranjeros	0	0	3	0	0	0
Total pernoctaciones mes	35	6	139	6	10	12
Nacionales	35	6	135	6	10	12
Extranjeros	0	0	4	0	0	0
Total empleo en el mes	4	4	4	4	4	4
COBERTURA DE INFORMANTE						
En N° de establecimientos(%)	100,00	100,00	0,00	100,00	100,00	100,00
En N° de habitaciones(%)	100,00	100,00	0,00	100,00	100,00	100,00

Fuente: Encuesta Mensual de Turismo para Establecimientos de Hospedaje
Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-Sistema de Información Estadistica de Turismo (SET) y DIRCETUR

Anexo N°4: Indicadores de ocupabilidad de un Hostal de 3 Estrellas en Carhuaz durante julio a diciembre del 2019

PERÚ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

ANCASH - CARHUAZ: INDICADORES MENSUALES DE OCUPABILIDAD DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE COLECTIVO, 2019 (Jul-Dic)

Dpto: ANCASH Prov: CARHUAZ Categoria : 3 ESTRELLAS Clase : HOSTAL

EXPORTAR EXPORTAR

Meses	Nov	Dic
OFERTA		
Número de establecimiento	1	1
Número de habitaciones	14	14
Número de plazas-cama	41	41
INDICADORES		
TNOH en el mes(%)	5	2,53
TNOC en el mes(%)	2,93	0,87
Promedio de permanencia(días)	1	1,22
Nacionales(días)	1	1
Extranjeros(días)	1	1,50
Total de arribos en el mes	36	9
Nacionales	32	5
Extranjeros	4	4
Total pernoctaciones mes	36	11
Nacionales	32	5
Extranjeros	4	6
Total empleo en el mes	1	1
COBERTURA DE INFORMANTE		
En N° de establecimientos(%)	100,00	100,00
En N° de habitaciones(%)	100,00	100,00

Fuente: Encuesta Mensual de Turismo para Establecimientos de Hospedaje
Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-Sistema de Información Estadistica de Turismo (SET) y DIRCETUR

Anexo N°5: Indicadores de ocupabilidad de un Hostal de 2 Estrellas en Carhuaz durante julio a diciembre del 2019

PERÚ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

ANCASH - CARHUAZ: INDICADORES MENSUALES DE OCUPABILIDAD DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE COLECTIVO, 2019 (Jul-Dic)

Dpto: ANCASH Prov: CARHUAZ Categoria : 2 ESTRELLAS Clase : HOSTAL

EXPORTAR EXPORTAR

Meses	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
OFERTA						
Número de establecimiento	2	2	2	2	2	2
Número de habitaciones	25	25	25	25	25	25
Número de plazas-cama	37	37	37	37	37	37
INDICADORES						
TNOH en el mes(%)	22,84	20,65	32,27	21,55	20,80	16,90
TNOC en el mes(%)	19,70	17	31,08	19,18	18,56	14,91
Promedio de permanencia(días)	1,29	1,23	1,11	1,34	1,33	1,32
Nacionales(días)	1,29	1,23	1,11	1,34	1,33	1,32
Extranjeros(días)	0	0	1	0	0	0
Total de arribos en el mes	175	158	312	164	155	130
Nacionales	175	158	306	164	155	130
Extranjeros	0	0	6	0	0	0
Total pernoctaciones mes	226	195	345	220	206	171
Nacionales	226	195	339	220	206	171
Extranjeros	0	0	6	0	0	0
Total empleo en el mes	3	3	4	3	3	3
COBERTURA DE INFORMANTE						
En N° de establecimientos(%)	50,00	50,00	0,00	50,00	50,00	50,00
En N° de habitaciones(%)	48,00	48,00	0,00	48,00	48,00	48,00

Fuente: Encuesta Mensual de Turismo para Establecimientos de Hospedaje
Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-Sistema de Información Estadistica de Turismo (SET) y DIRCETUR

Anexo N°6: Indicadores de ocupabilidad de un Alberge en Carhuaz durante julio a diciembre del 2019

PERÚ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

ANCASH - CARHUAZ: INDICADORES MENSUALES DE OCUPABILIDAD DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE COLECTIVO, 2019 (Jul-Dic)

Dpto: ANCASH Prov: CARHUAZ Categoria : ALBERGUE Clase : TODAS CONSOLIDADAS

EXPORTAR EXPORTAR

Meses	Jul	Ago	Sep	Oct	Dic
OFERTA					
Número de establecimiento	1	1	1	1	1
Número de habitaciones	6	6	6	6	4
Número de plazas-cama	15	15	15	15	17
INDICADORES					
TNOH en el mes(%)	14,52	11,29	16,11	11,29	2,42
TNOC en el mes(%)	12,26	10,11	11,56	9,68	10,63
Promedio de permanencia(días)	1,68	1,62	1,53	1,88	4,67
Nacionales(días)	1,71	1,63	1,54	1,89	4,67
Extranjeros(días)	1,65	1,62	1,52	1,87	0
Total de arribos en el mes	34	29	34	24	12
Nacionales	14	16	13	9	12
Extranjeros	20	13	21	15	0
Total pernoctaciones mes	57	47	52	45	56
Nacionales	24	26	20	17	56
Extranjeros	33	21	32	28	0
Total empleo en el mes	1	1	1	1	2
COBERTURA DE INFORMANTE					
En N° de establecimientos(%)	0,00	0,00	0,00	0,00	100,00
En N° de habitaciones(%)	0,00	0,00	0,00	0,00	100,00

Nota: Información Preliminar al 30 de setiembre 2020
Fuente: Encuesta Mensual de Turismo para Establecimientos de Hospedaje
Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-Sistema de Información Estadistica de Turismo (SET) y DIRCETUR

Anexo N°7: Glosario de términos

Definiciones

Consumo turístico nacional**:**

Se entiende como consumo turístico nacional, cuando los mismos residentes de un país realizan alguna actividad turística como viajes dentro de su misma nación para visitar lugares arqueológicos, paisajes, ocio, deportes, gastronomía entre otros.

Turismo interior**:**

Se entiende como turismo interior cuando los residentes de un país visitan los mismos lugares turísticos que puedan ofrecer su mismo país sea con amigos o familias.

Calidad de atención:

La calidad de atención es lo que espera recibir el turista en momento en el que hace uso de los servicios de un hotel no solo de parte del personal sino de todas las áreas del hotel.

Servicios complementarios:

Los servicios complementarios son los servicios adicionales que un hotel ofrece al huésped y que no está dentro de sus expectativas, pueden ser salas de recreo, servicios de movilidad, orientación de lugares turísticos, cambio de moneda extranjera, lugares gastronómicos etc.

Calidad de servicio:

La calidad de servicio es cuando el hotel cumple de manera óptima y adecuada todo lo que dice que va a ofrecer a los huéspedes para lograr satisfacerle y hacerlo un huésped frecuente.

Satisfacción:

La satisfacción es todo aquello que el cliente ha recibido y está satisfecho ya que se han cumplido con las expectativas que este esperaba recibir al pedir un producto y/o servicio para cubrir sus necesidades.

Actividades características del turismo: según la Organización mundial del turismo, las actividades características del turismo son aquellas que generan típicamente productos característicos del turismo. Dado que el origen industrial de un producto (CIIU que lo produce) no es un criterio para la agregación de productos con una categoría similar en la CCP, no existe una relación estricta partida a partida entre los productos y las industrias que los elaboran como sus principales productos.

Ministerio de comercio exterior y turismo:

Con sus siglas “MINCETUR”, cuyas funciones son formular, dirigir, coordinar, ejecutar y supervisar la política de comercio exterior, con excepción de la regulación arancelaria, así como la política de turismo, en concordancia con la política general del Estado y en coordinación con los sectores e instituciones vinculados a su ámbito.

Cámara nacional de turismo del Perú:

Con sus siglas “CANATUR”, cumple sus fines contribuyendo al desarrollo económico y social del país, fomentando el turismo interno y receptivo, absolviendo las consultas y emite opiniones.

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo:

Con sus siglas “PROM PERU”, es el encargado de la promoción del Perú en materia de exportaciones, turismo e imagen.

Pernoctaciones:

Se denomina pernoctaciones cuando un turista pasa al menos una noche dentro de un establecimiento hotelero en un determinado lugar.

Administración hotelera:

La función de administrar de manera correcta y óptima un establecimiento dedicado al servicio de hospedaje.

Turismo interior engloba el turismo interno y el turismo receptor, según la organización mundial del turismo son las actividades realizadas por los visitantes residentes y no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o internacionales

TNOH:

Tasa de ocupación obtenida con la capacidad hotelera de habitaciones realmente disponible.

Anexo N°8: Juicios de Expertos N°1

Lima, 15 de Marzo del 2021

Estimado (a): LUIS GOMEZ ACHOCALLA

Presente:

Nos dirigimos a usted con la finalidad de solicitar su valiosa colaboración en calidad de Juez para validar el contenido de los instrumentos que llevan por título: **CALIDAD DEL SERVICIO HOTELERO EN HOTELES CATEGORIZADOS DE CARHUAZ Y LA SATISFACCIÓN DE TURISTAS NACIONALES DURANTE JULIO A DICIEMBRE DEL 2019.**

Para dar cumplimiento a lo anteriormente expuesto se hace entrega formal del cuestionario, las preguntas para las entrevistas, la tabla de especificaciones respectivas, y el formato de validación, el cual deberá llenar de acuerdo con sus observaciones, a fin de orientar y verificar la claridad, congruencia, contexto, dominio de los contenidos de los diversos ítems del cuestionario.

Agradecemos de antemano su receptividad y colaboración. Su apoyo nos permitirá adquirir habilidades y competencias profesionales y científicas que forman parte del proceso de investigación.

Quedamos en espera del feedback respectivo para la mejora del presente trabajo.

Muy Atentamente:

César Vladimir Loli Poccori

INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO

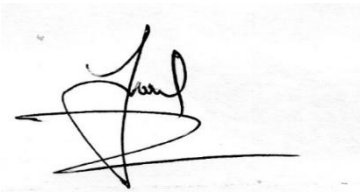
(JUICIO DE EXPERTOS)

El presente instrumento tiene como finalidad validar el cuestionario para describir las necesidades de la calidad del servicio hotelero que requiere del turista nacional, que forman parte del estudio "CALIDAD DEL SERVICIO HOTELERO EN HOTELES CATEGORIZADOS DE CARHUAZ Y LA SATISFACCIÓN DE TURISTAS NACIONALES DURANTE JULIO A DICIEMBRE DEL 2019'', que corresponde a un diseño no experimental transversal descriptivo.

Instrucciones

La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: **Claridad de la redacción, congruencia con el contenido, contexto correcto del ítem y dominio del constructo**. Para ello deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuestos, y en caso necesario se ofrecen un espacio para las observaciones si hubiera.

Juez Nº: 1
Fecha: **13-03-2021**
Nombres y Apellidos de Juez: **LUIS GOMEZ ACHOCALLA**
Institución donde labora: **UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMERICAS**
Años de experiencia profesional o científica: **30 AÑOS**
Grado de Instrucción: **MAESTRIA EN ADMINISTRACION**
Puesto que desempeña: **DOCENTE DE TURISMO**



LUIS GOMEZ ACHOCALLA

Firma y/o Sello

1. **CUESTIONARIO PARA DESCRIBIR LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL TURISTA NACIONAL**

UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA

CARRERA: Administración Hotelera

Tema: CALIDAD DEL SERVICIO HOTELERO EN HOTELES CATEGORIZADOS DE CARHUAZ Y LA SATISFACCIÓN DE TURISTAS NACIONALES DURANTE JULIO A DICIEMBRE DEL 2019

VARIABLE: Calidad del Servicio

Dimensión	Definición	Indicadores
Evaluación del Personal	En la que los clientes valoran el grado en el que el personal está dispuesto a ayudarlos, la disponibilidad de la dirección, la confianza, y la discreción transmitida por la fuerza de trabajo, y las competencias del personal para conocer las necesidades del cliente. También es la forma de evaluar que tan bien se han desempeñado el personal en el cumplimiento de sus funciones.	• El personal debe tener un aspecto limpio y aseado. • El personal debe estar dispuesto a ayudar a los clientes. • Siempre debe haber personal disponible para proporcionar al cliente la información cuando la necesita. • El personal debe ser de confianza, se debe poder confiar en ellos. • El personal debe ser competente y profesional. • El personal debe conocer y se debe esforzar por conocer las necesidades de cada cliente. • Los empleados se deben preocupar por resolver los problemas del cliente.
Evaluación de las instalaciones	Aquí los clientes someten a juicio, el estado de las	• El personal debe tener un aspecto limpio y aseado.

y funcionamientos	dependencias, confortabilidad, y la seguridad de estas. También es la forma en el que el cliente evalúa las instalaciones, y si estas cumplen sus expectativas para lograr satisfacer sus necesidades.	• El personal debe estar dispuesto a ayudar a los clientes. • Siempre debe haber personal disponible para proporcionar al cliente la información cuando la necesita. • El personal debe ser de confianza, se debe poder confiar en ellos. • El personal debe ser competente y profesional. • El personal debe conocer y se debe esforzar por conocer las necesidades de cada cliente. • Los empleados se deben preocupar por resolver los problemas del cliente.
Evaluación de Organización del servicio	El consumidor turístico evaluará la organización del personal, gestión de los datos, la rapidez y el orden al momento de realizar un servicio. También son las actividades que se brindan para lograr satisfacer las necesidades de los clientes para cumplir sus expectativas.	• Las dependencias y equipamiento del edificio (ascensores, habitaciones, pasillos, etc.) deben estar bien conservados. • Las diferentes dependencias e instalaciones deben resultar agradables. • Las instalaciones deben estar limpias. • Las instalaciones deben ser confortables y acogedoras (uno se debe sentir a gusto en ellas). • Se debe conseguir fácilmente cualquier información sobre los diferentes servicios que solicita el cliente.

Instrucciones:

A continuación, se presenta una serie de preguntas para que sean respondidas por usted. Lea detenidamente cada una de ellas. Es fundamental su absoluta sinceridad dentro de las respuestas, pues de ellas depende el éxito de la presente investigación.

Estimado/a participante

Soy César Vladimir Loli Poccori, me encuentro realizando un trabajo de investigación para obtener el grado de Licenciado en Administración Hotelera por la Universidad San Ignacio de Loyola. El objetivo de este proyecto es analizar y describir la Calidad del servicio hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019, la información recabada será utilizada únicamente para fines académicos en beneficio de la industria hotelera y turística.

Cuestionario de Calidad del servicio hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019

(Parra D. y Duque E., 2015)

I. Datos Generales

Edad: _____ Grado de instrucción: (1) Secundaria (2) Universitario (3) Post Grado

Género: (1) Masculino (2) Femenino Motivo de Viaje: (1) Vacación (2) Trabajo

Establecimiento de Hospedaje que utiliza: (1) Hotel 3 Estrellas (2) Hotel 2 Estrellas (3) Hostal 3 Estrellas (4) Hostal 2 Estrellas (5) Alberge

Personas con las que viaja: (1) Solo (2) Familia (3) Amigos

II. Preguntas

Este cuestionario tiene como propósito identificar la relación que existe entre Calidad del servicio hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019.

A continuación, encontrará tres enunciados donde deberá marcar con un aspa (X), según considere conveniente. Tener en cuenta la asignación correspondiente: 1 es Totalmente en desacuerdo, 2 es en desacuerdo, 3 es neutral, 4 es de acuerdo y 5 es Totalmente de acuerdo. Lea con mucha atención y conteste cada pregunta con la mayor honestidad posible.

Enunciados	1	2	3	4	5
LA EVALUACION DEL PERSONAL	**Totalmente en desacuerdo**	**Desacuerdo**	**Neutral**	**De acuerdo**	**Totalmente de acuerdo**
1. El personal del hotel tiene un aspecto limpio y aseado					
2. El personal del hotel demuestra actitud al responder sus consultas					
3. El personal del hotel está disponible en todo momento					
4. El personal del hotel inspira confianza					
5. El personal es competente y profesional					
6. El personal del hotel demuestra y conoce las necesidades de los huéspedes					
7. El personal del hotel logra resolver todas sus consultas					
LA EVALUACION DE LAS INSTALACIONES Y FUNCIONAMIENTO	**Totalmente en desacuerdo**	**Desacuerdo**	**Neutral**	**De acuerdo**	**Totalmente de acuerdo**
8. Los ambientes y equipamientos están bien conservados					
9. Los ambientes e instalaciones son agradables					
10. Las instalaciones siempre están limpias					
11. Las instalaciones son confortables y acogedores					
12. Se consigue fácilmente información de los servicios que el huésped necesita					
13. Las instalaciones cumplen con las normas de seguridad					
LA ORGANIZACIÓN DEL SERVICIO	**Totalmente en desacuerdo**	**Desacuerdo**	**Neutral**	**De acuerdo**	**Totalmente de acuerdo**
14. Se da el servicio según lo que se ha contratado					
15. Los empleados del hotel resuelven de manera eficaz los problemas del huésped					
16. Los empleados del hotel registran los datos del huésped de manera correcta					
17. Los servicios del hotel funcionan con rapidez					
18. Siempre hay una persona de la dirección a disposición del huésped por si surge algún problema					
19. Se actúa con discreción y se respeta la intimidad del huésped					
20. Hacen que el huésped se sienta importante					

CRITERIOS GENERALES PARA VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN DICTAMINADO POR EL JUEZ

1) ¿Está de acuerdo con las características, forma de aplicación y estructura del INSTRUMENTO?

Muy aceptable (**X)** Aceptable ( ) Regular ( ) Poco aceptable ( ) Inaceptable ( )

Observaciones:……
……
……

Sugerencias:……
……
……

2) A su parecer, ¿el orden de las preguntas es el adecuado?

SI (**X**) NO ( )

Observaciones:……
……
……

Sugerencias:……
……
……

3) ¿Existe dificultad para entender las preguntas del INSTRUMENTO?

SI ( ) NO (**X**)

Observaciones:……
……
……

Sugerencias:……
……
……

4) ¿Existen palabras difíciles de entender en los ítems o reactivos del INSTRUMENTO?

SI ( ) NO (**X**)

Observaciones:……
……
……

Sugerencias:……
……
……

5) Las opciones de respuesta ¿están suficientemente graduadas y pertinentes para cada pregunta del INSTRUMENTO?

SI (**X**) NO ( )

Observaciones:……
……..……..……
…….

Sugerencias:……
……..……
……....

Inventario sobre el cuestionario sobre la Calidad del servicio hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019.

Calificación: Muy aceptable (5) Aceptable (4) Regular (3) Poco aceptable (2) Inaceptable (1)

N°	ítems (afirmaciones)	Claridad					Congruencia					Contexto					Dominio del constructo					Sugerencias
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
1	El personal del hotel tiene un aspecto limpio y aseado.					X					X					X					X	
2	El personal del hotel responde a las consultas que tengan.					X					X					X					X	
3	El personal del hotel está disponible en todo momento.					X					X					X					X	
4	El personal del hotel inspira confianza.					X					X					X					X	
5	El personal es competente y profesional.					X					X					X					X	
6	El personal del hotel demuestra y conoce las necesidades de los huéspedes.					X					X					X					X	
7	El personal del hotel logra resolver todas sus consultas.					X					X					X					X	
8	Los ambientes y equipamientos están bien conservados.					X					X					X					X	
9	Los ambientes e instalaciones son agradables.					X					X						X				X	

10	Las instalaciones siempre están limpias.					X					X						X				X	
11	Las instalaciones son confortables y acogedores.					X					X						X				X	
12	Se consigue fácilmente información de los servicios que el huésped necesita.					X					X						X				X	
13	Las instalaciones cumplen con las normas de seguridad.					X					X						X				X	
14	Se da el servicio según lo que se ha contratado.					X					X						X				X	
15	Los empleados del hotel resuelven de manera eficaz los problemas del huésped.					X					X						X				X	
16	Los empleados del hotel registran los datos del huésped de manera correcta.					X					X						X				X	
17	Los servicios del hotel funcionan con rapidez.				X					X						X				X		
18	Siempre hay una persona de la dirección a disposición del huésped por si surge algún problema.					X					X						X				X	
19	Se actúa con discreción y se respeta la intimidad del huésped.					X					X						X				X	
20	Hacen que el huésped se sienta importante.					X					X						X				X	

Anexo N°9: Juicios de Expertos N°2

Lima, 15 de Marzo del 2021

Estimado (a): Marco Antonio Victorio Diaz

Presente:

Nos dirigimos a usted con la finalidad de solicitar su valiosa colaboración en calidad de Juez para validar el contenido de los instrumentos que llevan por título: **CALIDAD DEL SERVICIO HOTELERO EN HOTELES CATEGORIZADOS DE CARHUAZ Y LA SATISFACCIÓN DE TURISTAS NACIONALES DURANTE JULIO A DICIEMBRE DEL 2019.**

Para dar cumplimiento a lo anteriormente expuesto se hace entrega formal del cuestionario, las preguntas para las entrevistas, la tabla de especificaciones respectivas, y el formato de validación, el cual deberá llenar de acuerdo con sus observaciones, a fin de orientar y verificar la claridad, congruencia, contexto, dominio de los contenidos de los diversos ítems del cuestionario.

Agradecemos de antemano su receptividad y colaboración. Su apoyo nos permitirá adquirir habilidades y competencias profesionales y científicas que forman parte del proceso de investigación.

Quedamos en espera del feedback respectivo para la mejora del presente trabajo.

Muy Atentamente:

César Vladimir Loli Poccori

INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO (JUICIO DE

EXPERTOS)

El presente instrumento tiene como finalidad validar el cuestionario para describir las necesidades de la calidad del servicio hotelero que requiere del turista nacional, que forman parte del estudio “CALIDAD DEL SERVICIO HOTELERO EN HOTELES CATEGORIZADOS DE CARHUAZ Y LA SATISFACCIÓN DE TURISTAS NACIONALES DURANTE JULIO A DICIEMBRE DEL 2019’’, que corresponde a un diseño no experimental transversal descriptivo.

Instrucciones

La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: **Claridad de la redacción, congruencia con el contenido, contexto correcto del ítem y dominio del constructo**. Para ello deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuestos, y en caso necesario se ofrecen un espacio para las observaciones si hubiera.

Juez N.º: 2
Fecha: 10 de marzo del 2021
Nombres y Apellidos de Juez: Marco Antonio Victorio Diaz
Institución donde labora: Hyatt Centric San Isidro
Años de experiencia profesional o científica: 16 años
Grado de Instrucción: MBA
Puesto que desempeña: Director de Alimentos y Bebidas

1. **CUESTIONARIO PARA DESCRIBIR LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL TURISTA NACIONAL**

UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA

CARRERA: Administración Hotelera

Tema: CALIDAD DEL SERVICIO HOTELERO EN HOTELES CATEGORIZADOS DE CARHUAZ Y LA SATISFACCIÓN DE TURISTAS NACIONALES DURANTE JULIO A DICIEMBRE DEL 2019

VARIABLE: Calidad del Servicio

Dimensión	Definición	Indicadores
Evaluación del Personal	En la que los clientes valoran el grado en el que el personal está dispuesto a ayudarlos, la disponibilidad de la dirección, la confianza, y la discreción transmitida por la fuerza de trabajo, y las competencias del personal para conocer las necesidades del cliente. También es la forma de evaluar que tan bien se han desempeñado el personal en el cumplimiento de sus funciones.	• El personal debe tener un aspecto limpio y aseado. • El personal debe estar dispuesto a ayudar a los clientes. • Siempre debe haber personal disponible para proporcionar al cliente la información cuando la necesita. • El personal debe ser de confianza, se debe poder confiar en ellos. • El personal debe ser competente y profesional. • El personal debe conocer y se debe esforzar por conocer las necesidades de cada cliente. • Los empleados se deben preocupar por resolver los problemas del cliente.
Evaluación de las instalaciones	Aquí los clientes someten a juicio, el estado de las dependencias,	• El personal debe tener un aspecto limpio y aseado.

y funcionamientos	confortabilidad, y la seguridad de estas. También es la forma en el que el cliente evalúa las instalaciones, y si estas cumplen sus expectativas para lograr satisfacer sus necesidades.	• El personal debe estar dispuesto a ayudar a los clientes. • Siempre debe haber personal disponible para proporcionar al cliente la información cuando la necesita. • El personal debe ser de confianza, se debe poder confiar en ellos. • El personal debe ser competente y profesional. • El personal debe conocer y se debe esforzar por conocer las necesidades de cada cliente. • Los empleados se deben preocupar por resolver los problemas del cliente.
Evaluación de Organización del servicio	El consumidor turístico evaluará la organización del personal, gestión de los datos, la rapidez y el orden al momento de realizar un servicio. También son las actividades que se brindan para lograr satisfacer las necesidades de los clientes para cumplir sus expectativas.	• Las dependencias y equipamiento del edificio (ascensores, habitaciones, pasillos, etc.) deben estar bien conservados. • Las diferentes dependencias e instalaciones deben resultar agradables. • Las instalaciones deben estar limpias. • Las instalaciones deben ser confortables y acogedoras (uno se debe sentir a gusto en ellas). • Se debe conseguir fácilmente cualquier información sobre los diferentes servicios que solicita el cliente.

Instrucciones:

A continuación, se presenta una serie de preguntas para que sean respondidas por usted. Lea detenidamente cada una de ellas. Es fundamental su absoluta sinceridad dentro de las respuestas, pues de ellas depende el éxito de la presente investigación.

Estimado/a participante

Soy César Vladimir Loli Poccori, me encuentro realizando un trabajo de investigación para obtener el grado de Licenciado en Administración Hotelera por la Universidad San Ignacio de Loyola. El objetivo de este proyecto es analizar y describir la Calidad del servicio hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019, la información recabada será utilizada únicamente para fines académicos en beneficio de la industria hotelera y turística.

Cuestionario de Calidad del servicio hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019

(Parra D. y Duque E., 2015)

I. Datos Generales

Edad:_____ Grado de instrucción: (1) Secundaria (2) Universitario (3) Post Grado

Género: (1) Masculino (2) Femenino Motivo de Viaje: (1) Vacación (2) Trabajo

Establecimiento de Hospedaje que utiliza: (1) Hotel 3 Estrellas (2) Hotel 2 Estrellas (3) Hostal 3 Estrellas (4) Hostal 2 Estrellas (5) Alberge

Personas con las que viaja: (1) Solo (2) Familia (3) Amigos

II. Preguntas

Este cuestionario tiene como propósito identificar la relación que existe entre Calidad del servicio hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019.

A continuación, encontrará tres enunciados donde deberá marcar con un aspa (X), según considere conveniente. Tener en cuenta la asignación correspondiente: 1 es Totalmente en desacuerdo, 2 es en desacuerdo, 3 es neutral, 4 es de acuerdo y 5 es Totalmente de acuerdo. Lea con mucha atención y conteste cada pregunta con la mayor honestidad posible.

Enunciados	1	2	3	4	5
LA EVALUACION DEL PERSONAL	**Totalmente en desacuerdo**	**Desacuerdo**	**Neutral**	**De acuerdo**	**Totalmente de acuerdo**
1. El personal del hotel tiene un aspecto limpio y aseado					
2. El personal del hotel responde a las consultas que tengan					
3. El personal del hotel está disponible en todo momento					
4. El personal del hotel inspira confianza					
5. El personal es competente y profesional					
6. El personal del hotel demuestra y conoce las necesidades de los huéspedes					
7. El personal del hotel logra resolver todas sus consultas					
LA EVALUACION DE LAS INSTALACIONES Y FUNCIONAMIENTO	**Totalmente en desacuerdo**	**Desacuerdo**	**Neutral**	**De acuerdo**	**Totalmente de acuerdo**
8. Los ambientes y equipamientos están bien conservados					
9. Los ambientes e instalaciones son agradables					
10. Las instalaciones siempre están limpias					
11. Las instalaciones son confortables y acogedores					
12. Se consigue fácilmente información de los servicios que el huésped necesita					
13. Las instalaciones cumplen con las normas de seguridad					
LA ORGANIZACIÓN DEL SERVICIO	**Totalmente en desacuerdo**	**Desacuerdo**	**Neutral**	**De acuerdo**	**Totalmente de acuerdo**
14. Se da el servicio según lo que se ha contratado					
15. Los empleados del hotel resuelven de manera eficaz los problemas del huésped					
16. Los empleados del hotel registran los datos del huésped de manera correcta					
17. Los servicios del hotel funcionan con rapidez					
18. Siempre hay una persona de la dirección a disposición del huésped por si surge algún problema					
19. Se actúa con discreción y se respeta la intimidad del huésped					
20. Hacen que el huésped se sienta importante					

CRITERIOS GENERALES PARA VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN DICTAMINADO POR EL JUEZ

1) ¿Está de acuerdo con las características, forma de aplicación y estructura del INSTRUMENTO?

Muy aceptable (X) Aceptable ( ) Regular ( ) Poco aceptable ( ) Inaceptable ( )

Observaciones:……
……
……

Sugerencias:……
……
……

2) A su parecer, ¿el orden de las preguntas es el adecuado?

SI (X) NO ( )

Observaciones:……
……
……

Sugerencias: Tal vez sería mejor que las preguntas estén realizadas de macro a micro, es decir, las instalaciones son apropiadas, el área de Recepción el módulo de atención. Si se va a a evaluar toda la experiencia, se debería hacer las preguntas por áreas, y así poder discriminar dónde estarían las posibles mejoras (Recepción, Habitaciones, restaurante, Instalaciones en general, etc)
……
……

3) ¿Existe dificultad para entender las preguntas del INSTRUMENTO?

SI ( ) NO (X)

Observaciones:……
……
……

Sugerencias:……
……
……

4) ¿Existen palabras difíciles de entender en los ítems o reactivos del INSTRUMENTO?

SI ( ) NO (X)

Observaciones:……
……
……

Sugerencias:……
……
……....

5) Las opciones de respuesta ¿están suficientemente graduadas y pertinentes para cada pregunta del INSTRUMENTO?

SI ( ) NO (X)

Observaciones:……
……
……

Sugerencias: como lo mencioné arriba, tal vez ordenar las preguntas de macro a micro y hacerlas por sección o por áreas
……
……..
...

Inventario sobre el cuestionario sobre la Calidad del servicio hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019.

Calificación: Muy aceptable (5) Aceptable (4) Regular (3) Poco aceptable (2) Inaceptable (1)

N°	ítems (afirmaciones)	Claridad					Congruencia					Contexto					Dominio del constructo					Sugerencias
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
1	El personal está perfectamente presentable					X																
2	El personal demuestra actitud al momento de responder sus consultas					X																
3	El personal del hotel está disponible en todo momento.					X																
4	El personal del hotel inspira confianza.					X																
5	El personal demuestra profesionalismo					X																
6	El personal del hotel demuestra y conoce las necesidades de los huéspedes.					X																

7	El personal del hotel logra resolver todas sus consultas.					X															

8	Los equipos del hotel están bien conservados.					X															
9	Los ambientes e instalaciones son agradables.					X															
10	Las instalaciones siempre están limpias.					X															
11	Las instalaciones son confortables y acogedores.					X															
12	Se consigue fácilmente información de los servicios que el huésped necesita.					X															
13	Las instalaciones cumplen con las normas de seguridad.					X															
14	Se da el servicio según lo que se ha contratado.					X															
15	Los empleados del hotel resuelven de manera eficaz los problemas del huésped.					X															
16	Los empleados del hotel registran los datos del huésped de manera correcta.					X															
17	Los procesos del servicio funcionan de manera correcta					X															

18	Siempre hay una persona de la direcc a disposición del huésped por si surg algún problema.				X																
19	Se actúa con discrec y se respeta la intimidad huésped.				X																
20	Hacen que el huéspe se sienta importante.				X																

Anexo N°10 Juicios de Expertos N°3

Lima, 31 de marzo del 2021

Estimado (a): Docente Silvia Seminario

Presente:

Nos dirigimos a usted con la finalidad de solicitar su valiosa colaboración en calidad de Juez para validar el contenido de los instrumentos que llevan por título: **CALIDAD DEL SERVICIO HOTELERO EN HOTELES CATEGORIZADOS DE CARHUAZ Y LA SATISFACCIÓN DE TURISTAS NACIONALES DURANTE JULIO A DICIEMBRE DEL 2019.**

Para dar cumplimiento a lo anteriormente expuesto se hace entrega formal del cuestionario, las preguntas para las entrevistas, la tabla de especificaciones respectivas, y el formato de validación, el cual deberá llenar de acuerdo con sus observaciones, a fin de orientar y verificar la claridad, congruencia, contexto, dominio de los contenidos de los diversos ítems del cuestionario.

Agradecemos de antemano su receptividad y colaboración. Su apoyo nos permitirá adquirir habilidades y competencias profesionales y científicas que forman parte del proceso de investigación.

Quedamos en espera del feedback respectivo para la mejora del presente trabajo.

Muy Atentamente:

César Vladimir Loli Poccori

INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO

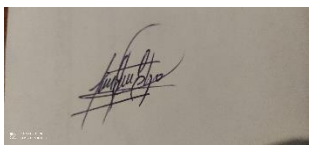
(JUICIO DE EXPERTOS)

El presente instrumento tiene como finalidad validar el cuestionario para describir las necesidades de la calidad del servicio hotelero que requiere del turista nacional, que forman parte del estudio "CALIDAD DEL SERVICIO HOTELERO EN HOTELES CATEGORIZADOS DE CARHUAZ Y LA SATISFACCIÓN DE TURISTAS NACIONALES DURANTE JULIO A DICIEMBRE DEL 2019'', que corresponde a un diseño no experimental transversal descriptivo.

Instrucciones

La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: **Claridad de la redacción, congruencia con el contenido, contexto correcto del ítem y dominio del constructo**. Para ello deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuestos, y en caso necesario se ofrecen un espacio para las observaciones si hubiera.

Juez Nº: 3
Fecha: 31-3-2021
Nombres y Apellidos de Juez: Silvia Eloisa Seminario Estremadoyro
Institución donde labora: SESEHoteleria
Años de experiencia profesional o científica: 20 años
Grado de Instrucción: Superior
Puesto que desempeña: Docente



_____

Firma y/o Sello

2. **CUESTIONARIO PARA DESCRIBIR LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL TURISTA NACIONAL**

UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA

CARRERA: Administración Hotelera

Tema: CALIDAD DEL SERVICIO HOTELERO EN HOTELES CATEGORIZADOS DE CARHUAZ Y LA SATISFACCIÓN DE TURISTAS NACIONALES DURANTE JULIO A DICIEMBRE DEL 2019

VARIABLE: Calidad del Servicio

Dimensión	Definición	Indicadores
Evaluación del Personal	En la que los clientes valoran el grado en el que el personal está dispuesto a ayudarlos, la disponibilidad de la dirección, la confianza, y la discreción transmitida por la fuerza de trabajo, y las competencias del personal para conocer las necesidades del cliente. También es la forma de evaluar que tan bien se han desempeñado el personal en el cumplimiento de sus funciones.	• El personal debe tener un aspecto limpio y aseado. • El personal debe estar dispuesto a ayudar a los clientes. • Siempre debe haber personal disponible para proporcionar al cliente la información cuando la necesita. • El personal debe ser de confianza, se debe poder confiar en ellos. • El personal debe ser competente y profesional. • El personal debe conocer y se debe esforzar por conocer las necesidades de cada cliente. • Los empleados se deben preocupar por resolver los problemas del cliente.
Evaluación de las instalaciones y funcionamientos	Aquí los clientes someten a juicio, el estado de las dependencias,	• El personal debe tener un aspecto limpio y aseado. • El personal debe estar dispuesto a ayudar a los clientes.

	confortabilidad, y la seguridad de estas. También es la forma en el que el cliente evalúa las instalaciones, y si estas cumplen sus expectativas para lograr satisfacer sus necesidades.	• Siempre debe haber personal disponible para proporcionar al cliente la información cuando la necesita. • El personal debe ser de confianza, se debe poder confiar en ellos. • El personal debe ser competente y profesional. • El personal debe conocer y se debe esforzar por conocer las necesidades de cada cliente. • Los empleados se deben preocupar por resolver los problemas del cliente.
Evaluación de Organización del servicio	El consumidor turístico evaluará la organización del personal, gestión de los datos, la rapidez y el orden al momento de realizar un servicio. También son las actividades que se brindan para lograr satisfacer las necesidades de los clientes para cumplir sus expectativas.	• Las dependencias y equipamiento del edificio (ascensores, habitaciones, pasillos, etc.) deben estar bien conservados. • Las diferentes dependencias e instalaciones deben resultar agradables. • Las instalaciones deben estar limpias. • Las instalaciones deben ser confortables y acogedoras (uno se debe sentir a gusto en ellas). • Se debe conseguir fácilmente cualquier información sobre los diferentes servicios que solicita el cliente.

Instrucciones:

A continuación, se presenta una serie de preguntas para que sean respondidas por usted. Lea detenidamente cada una de ellas. Es fundamental su absoluta sinceridad dentro de las respuestas, pues de ellas depende el éxito de la presente investigación.

Estimado/a participante

Soy César Vladimir Loli Poccori, me encuentro realizando un trabajo de investigación para obtener el grado de Licenciado en Administración Hotelera por la Universidad San Ignacio de Loyola. El objetivo de este proyecto es analizar y describir la Calidad del servicio hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019, la información recabada será utilizada únicamente para fines académicos en beneficio de la industria hotelera y turística.

Cuestionario de Calidad del servicio hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019

(Parra D. y Duque E., 2015)

I. Datos Generales

Edad: _____ Grado de instrucción: (1) Secundaria (2) Universitario (3) Post Grado

Género: (1) Masculino (2) Femenino Motivo de Viaje: (1) Vacación (2) Trabajo

Establecimiento de Hospedaje que utiliza: (1) Hotel 3 Estrellas (2) Hotel 2 Estrellas (3) Hostal 3 Estrellas (4) Hostal 2 Estrellas (5) Alberge

Personas con las que viaja: (1) Solo (2) Familia (3) Amigos

II. Preguntas

Este cuestionario tiene como propósito identificar la relación que existe entre Calidad del servicio hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019.

A continuación, encontrará tres enunciados donde deberá marcar con un aspa (X), según considere conveniente. Tener en cuenta la asignación correspondiente: 1 es Totalmente en desacuerdo, 2 es en desacuerdo, 3 es neutral, 4 es de acuerdo y 5 es Totalmente de acuerdo. Lea con mucha atención y conteste cada pregunta con la mayor honestidad posible.

Enunciados	1	2	3	4	5
LA EVALUACION DEL PERSONAL	**Totalmente en desacuerdo**	**Desacuerdo**	**Neutral**	**De acuerdo**	**Totalmente de acuerdo**
21. El personal del hotel tiene un aspecto limpio y aseado					
22. El personal del hotel responde a las consultas que tengan					
23. El personal del hotel está disponible en todo momento					
24. El personal del hotel inspira confianza					
25. El personal es competente y profesional					
26. El personal del hotel demuestra y conoce las necesidades de los huéspedes					
27. El personal del hotel logra resolver todas sus consultas					
LA EVALUACION DE LAS INSTALACIONES Y FUNCIONAMIENTO	**Totalmente en desacuerdo**	**Desacuerdo**	**Neutral**	**De acuerdo**	**Totalmente de acuerdo**
28. Los ambientes y equipamientos están bien conservados					
29. Los ambientes e instalaciones son agradables					
30. Las instalaciones siempre están limpias					
31. Las instalaciones son confortables y acogedores					
32. Se consigue fácilmente información de los servicios que el huésped necesita					
33. Las instalaciones cumplen con las normas de seguridad					
LA ORGANIZACIÓN DEL SERVICIO	**Totalmente en desacuerdo**	**Desacuerdo**	**Neutral**	**De acuerdo**	**Totalmente de acuerdo**
34. Se da el servicio según lo que se ha contratado					
35. Los empleados del hotel resuelven de manera eficaz los problemas del huésped					
36. Los empleados del hotel registran los datos del huésped de manera correcta					
37. Los servicios del hotel funcionan con rapidez					
38. Siempre hay una persona de la dirección a disposición del huésped por si surge algún problema					
39. Se actúa con discreción y se respeta la intimidad del huésped					
40. Hacen que el huésped se sienta importante					

CRITERIOS GENERALES PARA VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN DICTAMINADO POR EL JUEZ

1) ¿Está de acuerdo con las características, forma de aplicación y estructura del INSTRUMENTO?

Muy aceptable ( ) Aceptable (x) Regular ( ) Poco aceptable ( ) Inaceptable ( )

Observaciones: Al presentar el cuestionario no indica llenar la información en datos generales, y la información. El motivo de viaje solo tienes 2 opciones.

Sugerencias: El grado de instrucción podría ser: educación básica regular, educación profesional técnica, educación universitaria. Motivo de viaje podrías tener más opciones

2) A su parecer, ¿el orden de las preguntas es el adecuado?

SI (x) NO ( )

Observaciones: ninguna

Sugerencias: ninguna

3) ¿Existe dificultad para entender las preguntas del INSTRUMENTO?

SI ( ) NO (x)

Observaciones: ninguna

Sugerencias: ninguna

4) ¿Existen palabras difíciles de entender en los ítems o reactivos del INSTRUMENTO?

SI ( ) NO (x)

Observaciones: ninguna

Sugerencias: ninguna

5) Las opciones de respuesta ¿están suficientemente graduadas y pertinentes para cada pregunta del INSTRUMENTO?

SI (x) NO ( )

Observaciones: ninguna

Sugerencias: ninguna

Inventario sobre el cuestionario sobre la Calidad del servicio hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019.

Calificación: Muy aceptable (5) Aceptable (4) Regular (3) Poco aceptable (2) Inaceptable (1)

N°	ítems (afirmaciones)	Claridad					Congruencia					Contexto					Dominio del constructo					Sugerencias
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
1	El personal del hotel tiene un aspecto limpio y aseado.					x					x					x					x	
2	El personal del hotel responde a las consultas que tengan.					x					x					x					x	
3	El personal del hotel está disponible en todo momento.					x					x					x					x	
4	El personal del hotel inspira confianza.					x					x					x					x	
5	El personal es competente y profesional.					x					x					x					x	
6	El personal del hotel demuestra y conoce las necesidades de los huéspedes.					x					x					x					x	
7	El personal del hotel logra resolver todas sus consultas.					x					x					x					x	
8	Los ambientes y equipamientos están bien conservados.					x					x					x					x	
9	Los ambientes e instalaciones son agradables.					x					x					x					x	
10	Las instalaciones siempre están limpias.																					

						x					x					x					x	
11	Las instalaciones son confortables y acogedoras.					x					x					x					x	
12	Se consigue fácilmente información de los servicios que el huésped necesita.					x					x					x					x	
13	Las instalaciones cumplen con las normas de seguridad.					x					x					x					x	
14	Se da el servicio según lo que se ha contratado.					x					x					x					x	
15	Los empleados del hotel resuelven de manera eficaz los problemas del huésped.					x					x					x					x	
16	Los empleados del hotel registran los datos del huésped de manera correcta.					x					x					x					x	
17	Los servicios del hotel funcionan con rapidez.					x					x					x					x	
18	Siempre hay una persona de la dirección a disposición del huésped por si surge algún problema.					x					x					x					x	
19	Se actúa con discreción y se respeta la intimidad del huésped.					x					x					x					x	
20	Hacen que el huésped se sienta importante.					x					x					x					x	