



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
TURISMO Y HOTELERÍA**

Calidad de Servicio en el Hospedaje Anra en el distrito de
Anra provincia de Huari departamento de Ancash, 2017.

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA**

AUTORA:

Patricia Trujillo Icho

ASESOR:

Mg. MARTIN SALAS CARRERA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Gestión de Empresas Turísticas y Centro de Esparcimiento

LIMA – PERÚ

2017

Página del jurado

Presidente

Secretario

Vocal

Dedicatoria:

Mi tesis la dedico con todo cariño a mis seres queridos, familiares y amigos que siempre están a mi lado ayudándome moral y económicamente, en especial a mi hermana y cuñado que me apoyaron en todo este proceso de forma incondicional para seguir adelante y culminar con una de mis metas.

Agradecimiento:

En primer lugar agradezco a Dios quien me ha forjado por el camino correcto, quien está conmigo siempre, al igual que mi abuelita que en paz descanse, persona que a pesar de no estar entre nosotros, su recuerdo ayuda que me sienta acompañada en todo momento difícil así mismo, a todas las persona que me aconsejaron y ayudaron en el proceso final de mi tesis, entre ellos a mi profesor Martin Salas Carrera quien me tuvo paciencia desde un inicio del semestre, de igual forma a mi hermana y cuñado quienes estuvieron conmigo en todo momento, nadie dijo que este proceso sería fácil pero tampoco imposible.

Declaración de Autenticidad

Yo Patricia Trujillo Icho con DNI N° 47051738, afecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de grados y títulos de la universidad Cesar Vallejo, facultad de la escuela de administración de turismo y hotelería, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos aportados por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Lima, noviembre del 2017

PATRICIA TRUJILLO ICHO

Presentación:

Señores Miembros Del Jurado:

Este presente trabajo de investigación, tiene como objetivo la presentación de mi tesis titulada “Calidad de Servicio en el Hospedaje Anra, en el distrito de Anra, provincia de Huari, departamento de Ancash, 2017.” Esperando así que pueda ser de su agrado y cumpla con los requerimiento de aprobación para obtener el grado de licenciatura de administración en turismo y hotelería.

Es así que en este trabajo se utilizó el cuestionario como instrumento basándonos en el modelo HOTELQUAL que se recopiló a través de las dimensiones: personal, instalación y organización buscando así de llegar a nuestro principal objetivo.

Este trabajo está dividido en 8 capítulos, los cuales están basados en el compendio actual de la universidad Cesar Vallejo, por lo tanto en el CAPITULO I se presenta la introducción del citado trabajo de investigación Calidad de Servicio en el Hospedaje Anra, en el distrito de Anra, provincia de Huari, departamento de Ancash, CAPITULO II se presenta el método de investigación, CAPITULO III, mostramos los resultados obtenidos a través de la encuesta realizado en el hospedaje Anra, CAPITULO IV, se presentará la discusión basada en los resultados del capítulo anterior, CAPITULO V, se concluirá el trabajo de investigación , CAPITULO VI, se realizara las recomendaciones pertinentes que ayudara a la mejora de la calidad del servicio del hospedaje Anra, CAPITULO VII, se colocara las referencias bibliográficas y por ultimo CAPITULO VIII mostraremos todos los anexos como prueba de la realización del trabajo de investigación.

La investigadora

Índice

	Pág.
Página de jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
I. INTRODUCCION	
1.1. Realidad problemática	1
1.2. Trabajos previos	3
1.3. Teorías relacionadas al tema	7
1.4. Formulación del problema	17
1.5. Justificación del estudio	18
1.6. Objetivo	19
II. METODO	
2.1. Diseño de investigación	21
2.2. Variables, operacionalización	22
2.3. Población y muestra	23
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos,	
Validez y confiabilidad	24
2.5. Métodos de análisis de datos	25
2.6. Aspectos técnicos	26
III.RESULTADOS	27

IV. DISCUSION	49
V. CONCLUSION	54
VII.RECOMENDACIÓN	56
VII.REFERENCIAS	58

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia	66
Anexo 2 –A Validacion de encuesta	68
Anexo 2 _B Validacion de Guia encuesta	69
Anexo 2 –C Validacion de Guia de encuesta	70
Anexo 3 Intrumento	71
Anexo 4 Estadística de fiabilidad	73
Anexo 5 Imágenes de SPSS	74
Anexo 6 Ítems y dimensiones del modelo Hotelqual	76
Anexo 7 Fotos	79

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1. Tabla sinóptica Hotelqual- Servqual	16
Tabla 2. Validación del instrumento	25
Tabla 3. Disposición del personal para ayudar a los huéspedes del hospedaje Anra	28
Tabla 4. Preocupación del personal para resolver los problemas a tiempo	29
Tabla 5. Interés del personal en conocer las necesidades de los huéspedes	30
Tabla 6. Profesionalismo del personal para brindar un buen servicio	31
Tabla 7. Disponibilidad del personal para brindar información	32
Tabla 8. Confianza del personal hacia los huéspedes	33
Tabla 9. Higiene del personal	34
Tabla 10. Atracción de manera visual del hospedaje	35
Tabla 11. Conservación del hospedaje	36
Tabla 12. Confort de los huéspedes	37
Tabla 13. Seguridad del hospedaje	38
Tabla 14. Limpieza de las instalaciones	39
Tabla 15. Facilidad de información	40
Tabla 16. Privacidad de los huéspedes	41
Tabla 17. Compromiso de la organización	42
Tabla 18. Rapidez y eficiencia	43
Tabla 19. Veracidad del registro de huéspedes	44
Tabla 20. Eficiencia de los productos	45
Tabla 21. Importancia de los huéspedes	46

Tabla 22. Prestación de servicios	47
-----------------------------------	----

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1. Elementos de service profit chain	10
Figura 2. Disposición del personal para ayudar a los huéspedes del hospedaje Anra	28
Figura 3. Preocupación del personal para resolver los problemas a tiempo	29
Figura 4. Interés del personal en conocer las necesidades de los huéspedes	30
Figura 5. Profesionalismo del personal para brindar un buen servicio	31
Figura 6. Disponibilidad del personal para brindar información	32
Figura 7. Confianza del personal hacia los huéspedes	33
Figura 8. Higiene del personal	34
Figura 9. Atracción de manera visual del hospedaje	35
Figura 10. Conservación del hospedaje	36
Figura 11. Confort de los huéspedes	37
Figura 12. Seguridad del hospedaje	38
Figura 13. Limpieza de las instalaciones	39
Figura 14. Facilidad de información	40
Figura 15. Privacidad de los huéspedes	41
Figura 16. Compromiso de la organización	42
Figura 17. Rapidez y eficiencia	43
Figura 18. Veracidad del registro de huéspedes	44
Figura 19. Eficiencia de los productos	45
Figura 20. Importancia de los huéspedes	46

Figura 21. Prestación de servicios

RESUMEN

El presente trabajo se titula “Calidad de Servicio en el hospedaje Anra, del distrito de Anra, provincia de Huari, departamento de Ancash, 2017.”. Se busca resolver la problemática ¿Cómo es la calidad de servicio en el hospedaje Anra, en el distrito de Anra, provincia de Huari, departamento de Ancash, 2017? de igual forma tuvo como objetivo determinar la calidad de servicio en el hospedaje Anra en el distrito de Anra provincia de Huari departamento de Ancash, 2017.

La metodología que se utilizó en este presente trabajo tiene como relación el enfoque cuantitativo de diseño no experimental de nivel descriptivo con corte transversal o transaccional. Donde se encuestó a 180 huéspedes del hospedaje Anra en diferentes temporadas, es así que el instrumento que se utilizó fue el cuestionario.

Obteniendo así buenos resultado del hospedaje Anra, puesto que gran parte de los huéspedes estuvieron satisfechos con los servicios, teniendo también factores negativos pero que podrían ser resueltos para mejorar la calidad del servicio, por ende, concluimos que la calidad de servicio del hospedaje Anra es aprobado por los huéspedes mostrando así, la aceptación en la atención recibida durante su estadía.

Palabras claves: calidad de servicio, personal, instalación, organización

ABSTRAC

The present work is titled "Quality of Service in the Anra lodging of the district of Anra province of Huari department of Ancash, 2017." In which it is sought to solve the problem "How is the quality of service in the Anra lodging in the Anra district of Huari department of Ancash, 2017?" The objective was also to determine the quality of service in the Anra lodging in the district of Anra province of Huari department of Ancash, 2017.

The methodology that was used in this present work has as a relation to the quantitative non-experimental design approach of a descriptive level with a transversal or transactional cut. Where 180 guests of the Anra lodge were surveyed in different seasons, the instrument that was used was a questionnaire.

Obtaining positive results from the Anra lodging, since many of the guests agreed with the services, also having negative factors that could be solved to improve the quality of the service, therefore, We conclude that the quality of service of the Anra lodging is approved by the guests, showing the acceptance of the care received during their stay.

Keywords: Quality of service, staff, facilities and organization.

I. INTRODUCCION

1.1 Realidad problemática:

En la actualidad con la dinámica de cambios y la modernización de la comunicación por efectos del internet, el Perú, es reconocido a escalas latinoamericanas y mundial, por la influencia en sus destinos turísticos inmersas al amigable trato y esplendida gastronomía, es por ello que la calidad de servicio se convierte en el corazón y motor del marketing; el cual las empresas lo usan como medios alternativos para poder detectar alguna ventaja competitiva y de esa forma posicionarse en el mercado; y marcar distancias en el medio; “la rasante de calidad y condición no significa que el servicio brindado sea glamoroso, sino que cumpla con las expectativas de los adquirientes del servicio”. (Lambin, 1995, p.82).

Santiago y Vela (2015) con la tesis titulada “Análisis de la calidad del servicio de los usuarios de Cumaceba Lodge – Iquitos”, direccionan su objetivo de alcanzar los altos estándares de calidad de servicio en Cumaceba lodge en el periodo 2015 y sintetizan las expectativas y percepciones donde los huéspedes están conformes y se sienten satisfechos con el servicio de calidad con respecto a la fiabilidad y confianza del establecimiento.

Ramos (2015) con la tesis titulada “caracterización de la calidad de servicio bajo el modelo SERVQUAL en MYPE del sector-rubro hospedajes del distrito de Juliaca, 2015”, teniendo como objetivo monitorear las características de calidad en el hospedaje los cuales tuvo un enfoque cuantitativo con diseño no experimental de nivel descriptivo, donde el 54.74% de los huéspedes no están de acuerdo como están elaboradas las instalaciones del hospedaje y el 56.32% de los huéspedes los cuales consideran fácil entender las necesidades de los huéspedes instalados en el alojamiento y que el 46.84% de clientes están a favor acerca la atención y la capacidad de respuesta por parte de los colaboradores del alojamiento por el cual se indica que el hotel puede contar con mucha deficiencias y en general en los alojamientos en Juliaca hay algunas deficiencia de calidad de servicio pero manejables con el tiempo.

Sriyam (2013) presenta en su tesis “Calidad de servicio del personal de recepción del hotel Mercure hacia la satisfacción del cliente”, donde pretende estudiar al cliente mediante sus opiniones, expectativas, requisitos y percepciones para mejorar como empresa, utilizando un nivel de encuesta y entrevista de esta manera se sabrá las necesidades a futuro del turista; y concluye que la oferta y demanda están en aumento pero la atención se siente única por eso se hace una cadena positiva en el negocio.

Considerando los antecedentes, el turismo se ha ido desarrollando positivamente a través de los últimos años en el Perú, es así nuestro país cuenta con una riqueza ascendente y es por ello que mi esquema de trabajo de la presente investigación desarrollará un estudio correspondiente a la calidad de servicio del hospedaje Anra, en el distrito de Anra.

Definitivamente brindar un mejor servicio al turista nacional o internacional debería darse de forma continua para evitar la vulnerabilidad de la imagen de la región y plasmar significativamente los atractivos del medio emisor del servicio; por ende a pesar que la calidad es fundamental en el momento de ofrecer un servicio, hoy en día existen muchas deficiencias y falta de conocimiento acerca del tema como es en el caso de hospedaje Anra, en el cual no se ha realizado una evaluación a la calidad de servicio brindada; así es que el presente trabajo de investigación pretende conocer ¿Cómo es la calidad de servicio en el hospedaje Anra en el distrito de Anra, provincia de Huarí, departamento de Ancash en el año 2017?, logrando de esta manera beneficios mutuos para los visitantes, empresas y residentes, trabajando de forma conjunta y de aceptación.

Anra, se encuentra inmersa en lugares turísticos que atraen a muchos turistas nacionales e internacionales así como a los pobladores colindantes al corazón del Callejón de Conchucos, por ello la atención al cliente debe ser de nivel y marcar distinción con otros hospedajes; y ofrecer un mejor servicio, el cliente desbordará satisfacción y por ende la empresa obtendrá mejores resultados en los márgenes económicos y financieros; en síntesis su rentabilidad tendrá consecuencias positivas.

En mi calidad de autora considero que la distinción de la calidad en los servicios dentro de una empresa, en nuestro caso puntual del Hospedaje Anra, es muy importante para nuestro competitivo mercado; debemos medirla y poder controlarla, no evaluarla puede generar pérdidas económicas, el objeto de mi investigación, entonces se busca conocer a fondo el proceso y el estado situacional de la calidad de servicio que se brinda mediante el enfoque cuantitativos que se utilizó de igual forma instrumentos de medición como es el cuestionario del HOTELQUAL.

1.2 Antecedentes

Antecedentes Nacionales

Ventura (2016), Universidad Cesar Vallejo, realizo un trabajo de investigación en su tesis titulada “Propuesta de mejora de la Calidad de Servicio en el Departamento de Recepción en un Hotel de Gran Turismo”, que opto como objetivo general identificar los problemas más frecuentes en un departamento de recepción de un establecimiento de hospedaje, para elaborar una propuesta que conlleve a mejorar su calidad de servicio y la percepción que el cliente tiene de ésta, mediante la escala de SERVQUAL, este departamento ha obtenido de manera constante porcentajes de satisfacción por debajo de lo permitido por el hotel con conceptos de servicio y atención al cliente, solo el año pasado se obtuvo 82,6% de satisfacción al cliente cuando porcentaje mínimo permitido por el hospedaje es de 85% a comparación de otras áreas y sobre pasan ese porcentaje, es así que la percepción que tiene el cliente sobre esa área está por debajo de ser un buen servicio, por ello se realizaron encuestas para conocer la satisfacción actual del cliente donde fue de 84% con esto se llegó a la conclusión que si bien es cierto el hotel viene trabajando para brindar un buen servicio, aun es necesario poner más énfasis a la hora de realizar el registro, cuando se va proporcionar información, de igual forma a la hora de brindar soluciones rápidas , que ayuden a superar las expectativas de los huéspedes.

Mesones y Saldaña (2014), en su tesis “Calidad en los servicios brindado por un hotel tres estrellas, desde la perspectiva del cliente Chiclayo, Julio—

setiembre,2014”, para obtener el grado de licenciatura en la universidad privada Juan Mejía Baca – Chiclayo, por el cual se empleó el método descriptivo, esta investigación tuvo como objetivo general fue determinar el nivel de calidad, desde la perspectiva del cliente, de los servicios brindados por un hotel tres estrellas de Chiclayo de julio a setiembre de 2014, de acuerdo con el modelo de SERVQUAL, después de realizar las encuestas tanto para conocer la expectativas y la perspectiva que tuvieron los huéspedes dentro del hotel ,en la medición global de la calidad de servicio se obtuvieron altos porcentajes en ambos aspectos 64,8% son las expectativas que tenían y lo que percibieron llegó al 64,4% puesto que en confiabilidad se obtuvo que 65,5% fue de expectativa y 60% de percepción lo mismo sucedió con las otras dimensiones como elementos tangibles. Se llegó a la conclusión que a pesar que es mínima las diferencias que existen, el hotel se encuentra en un nivel medio de calidad a través de la perspectiva del huésped, ya que solo se logró satisfacer las necesidades mas no cumplir con sobre pasar las expectativas que todo huésped tiene a la hora de registrarse en un hotel.

Crisologo (2016), en su tesis titulada “Calidad de servicio en el hotel & casino la hacienda, en el distrito de Miraflores”. El cual se realizó para alcanzar el grado de licenciatura en la universidad Cesar Vallejo- Lima, por ende el método empleado fue descriptivo donde se empleó el diseño no experimental, este estudio tuvo como objetivo determinar la apreciación de la calidad de servicio en el hotel & casino La Hacienda, en el distrito de Miraflores, Lima. Se realizaron encuestas a los huéspedes en las cuales indican que el 70% de ellos, tienen un buen concepto acerca el servicio de calidad brindado en el alojamiento y es una gran minoría, tuvieron algunos inconvenientes con el servicio los cuales son manejables garantizando una mejora continua del hotel por el cual sea favorable para la acogida de los próximos huéspedes y el pronto retorno de los que ya tuvieron la experiencia de contar con el servicio.

Santiago y Vela (2015) con la tesis titulada “Análisis de la calidad del servicio de los usuarios de Cumaceba Lodge – Iquitos”, con el fin de obtener el grado de licenciatura en la Universidad Nacional de la amazonia peruana, es así que el método que emplearon para el análisis fue descriptivo con un diseño no experimental y de corte longitudinal, trajo como objetivo determinar la calidad de

servicios prestados por Cumaceba lodge en el periodo 2015, con ayuda del modelo SERVQUAL, cumaceba lodge es visitado con mayor frecuencia por los turistas que llegan a la zona, es así la gran mayoría de huéspedes tuvieron expectativas parecidas lo que pudieron percibir durante su estancia en el alojamiento, como es el caso de tangibilidad, empatía, fiabilidad y confiabilidad con diferencia a capacidad de respuesta y seguridad que dieron resultados que los usuarios tenían mayores expectativas con respecto a estas dimensiones, ya que buscaban que los problemas suscitados dentro del alojamientos sean resueltas con la brevedad posible, a pesar de ello se concluyó que la calidad de servicio en Cumaceba lodge fue optimo en su gran mayoría ya que las expectativas y percepciones obtuvieron resultados semejantes esto nos indica que los huéspedes están satisfechos con el servicio brindando asegurando el pronto retorno de ellos.

Ramos (2015) con la tesis titulada “caracterización de la calidad de servicio bajo el modelo SERVQUAL en MYPE del sector-rubro hospedajes del distrito de Juliaca, 2015”, para obtener el grado licenciatura en la escuela profesional de Administración, utilizando el método descriptivo de nivel cuantitativo y diseño transaccional teniendo como objetivo principal monitorear las características de calidad en los hospedajes. Se consideró a clientes de 5 hospedajes formales del distrito donde dieron resultados que el 54.74% de los huéspedes no les parece como están elaboradas las instalaciones del hospedaje y el 56.32% de los huéspedes los cuales consideran fácil entender las necesidades de los huéspedes instalados en el alojamiento y que el 46.84% de clientes están a favor de la atención brindada y la capacidad de respuesta por parte de los colaboradores, por el cual se indica que los alojamientos cuentan con algunas deficiencias, pero aún son manejables , mientras que la atención percibida de los huéspedes siga siendo buena.

Antecedentes Internacionales

Zanfardini (2012), en su investigación titulada “Calidad en hoteles en San Martin de los Andes, Patagonia, Argentina” para alcanzar el grado de magister en la Universidad Nacional del Comahue – Buenos Aires, siguiendo el método: descriptivo y teniendo como objetivo analizar la calidad de servicios observados

por los clientes de los hoteles de alta categoría aplicando la escala de SERVQUAL, donde se realizó encuestas a hoteles de 3 y 4 estrellas para conocer sobre la calidad de servicio, por ende el 56% de huéspedes en los diferentes hoteles están satisfechos con el servicio brindado sin embargo hay un porcentaje de clientes que sus expectativas fueron mayores a lo percibido durante el tiempo pernoctado, a través de estos resultados se pudo evaluar que la calidad de servicio en los establecimientos estaban en un nivel intermedio puesto que hubieron clientes que solicitaban mayor atención, de igual forma mejorar la seguridad dentro de los alojamientos y a sus alrededores.

Galeana (2009), refiere en su tesis titulada “Calidad total y políticas correspondiente a los recursos humanos en el sector hotelero de Cataluña”, para obtener el grado de doctorado presentado en la Universidad Rovira i Virgili – España, empleando el nivel cualitativo por ende esto consiste en identificar la extensión de la calidad en el competitivo mercado hotelero de Cataluña tratando de monitorear el crecimiento en el mercado optimizando sus sistemas de administración y la calidad de servicios que se ofrece. Una de las conclusiones planteadas es que con el SERVQUAL se utilizará la fuerza de producción según la empresa para mejorar la calidad de servicio, deber de los trabajadores a identificarse con su centro de trabajo para así se plantee un grupo comprometido en capacitarse mutuamente en la mejora de la calidad.

Sriyam (2013) nos presenta en su tesis “Calidad de servicio del personal de recepción del hotel Mercure hacia la satisfacción del cliente”, para alcanzar el grado de magister en la Universidad de Srinakharinwirot – Tailandia, objetivo planteado en su investigación, estudiar al cliente mediante sus opiniones, expectativas, requisitos y percepciones para mejorar como empresa, por ello se utilizó un nivel de encuesta y entrevista donde el 72% de usuarios quedaron satisfechos con los servicios brindados durante su estadía , de igual forma la minoría de ellos solicitan cambios en la infraestructura creando un mejor confort en el tiempo pernoctado de esta manera se supo que las necesidad a futuro del turista. Como conclusión señaló que la oferta y demanda están en aumento pero la atención que se siente es única, por eso se hace una cadena positiva en el negocio.

1.3 Teorías relacionadas al tema

Que, el planeamiento y estructuración del marco teórico que estamos desarrollando en la investigación de mi autoría; se consigna de manera significativa los alcances del estudio; que es el de monitorear el servicio actual brindado al turista en el distrito de Anra; con el objeto de sistematizar y brindar una óptima calidad de servicio. Entonces, para entender que es la calidad de servicio en los hospedajes debemos empezar señalando según Tigani (2006) que en su investigación que lleva como título “Camino Hacia La Excelencia En El Servicio” cita [...] el futuro hacia la excelencia será viable cuando las entidades logran explicar claramente sus posibilidades reales de crear valor, la mejora en el servicio, solo es posible cuando la satisfacción de los clientes sobrepasa sus expectativas. (p. 9). Entonces; el principal regulador de calidad es el cliente mismo; por ende es importante las herramientas de información como la encuesta para consignar las perspectivas de los clientes.

CALIDAD

Según Griful y Canela (2002), la calidad es un asunto considerable para cualquier entidad que desee ser competitiva, por ende, se trata de un concepto difícil de definir de modo general, puesto que puede tener diferentes significados, por ello, la calidad es algo cualitativo y subjetivo. Por ejemplo para algunas personas un hotel de calidad podría ser un hotel de 4 o 5 estrellas pero para otros se ven satisfechos con el servicio de un hotel 3 estrellas.

Así mismo, Menéndez (2015) señala que la calidad ya no se concentra únicamente en el producto, sino empieza a conformar parte de las personas. Todos los miembros de la organización y/o entidad participan de forma directa o indirectamente, en como salga el producto final, por lo cual, hay que establecerse, programarse fijar objetivos y acotar responsabilidades.

En mi condición de autora de la presente investigación defino calidad a la interrelación cliente- hospedaje; los estándares del servicio apropiados son de suma importancia para una experiencia plasmada de confort y comodidad; donde el personal debe estar excepcionalmente capacitados en la atención al cliente conocer la historia de Anra, tanto distrito como hospedaje; la visión y misión de la

empresa; conocer los centros turísticos del distrito y la gastronomía emblemática, enfatiza los estándares deseados en la atención al cliente que requiere un hospedaje que pretende altos estándares de calidad, como valor agregado puede optar por la vestimenta correcta (uniforme) del personal, y que está permitido portar y que no así como la política del uso racional de celulares durante su turno de atención al cliente; así mismo el uso del idioma americano sería una demarcación de optimización de servicio de calidad; está comprobado que sistematizar los estándares de atención de calidad genera la soberanía comercial con los competidores.

Alcade (2009), cita que la calidad es inmersa a los genes de los seres humanos, es la capacidad nata de intentar hacer las cosas bien, sistema humano antes de la implementación de los sistemas de desarrollo y producción industrial. Así mismo, cita que en un sistema de producción el elemento clave es el cliente; donde los bienes y servicios deben satisfacer las necesidades del usuario; esta es la línea de vida de toda empresa; básicamente tienen que ser capaces de desarrollar productos que prevean las especificaciones y requerimientos del mercado.

Castañeda (2005), la alta competencia empresarial requiere que los gerentes busquen la excelencia, es el valor agregado que hará subsistir y prosperar en el mercado; más aún que en nuestro país la llegada de proveedores de otros países llámese China, Taiwán entre otros ponen a las empresas nacionales ineficientes en el declive comercial; por ello el mercado global requiere calidad total con una fuerte dirección hacia el servicio a sus clientes.

SERVICIO

Citando a Zeithaml, Bitner y Gremler (2009), utilizar un adecuado marketing de servicios puede ser complejo pues esto involucra estrategias y compartir sapiencia y experiencia; en otro aspecto establecemos que los márgenes de calidad no solo lo demarca el hospedaje como unidad de recepción; sino las cualidades de los clientes y la motivación que brindan para interactuar en la región y sentirse identificados con la cultura.

Así mismo; en mi condición de autora se puede decir que son conjuntos de acciones realizados para servir a alguien buscando así satisfacer sus necesidades

Según Weil (2003), las dimensiones de los servicios contienen condiciones especiales, las mismas que se consideran por los clientes para generar un concepto respecto a la calidad del servicio; donde se consideran diversas características integradas en los siguientes campos:

- a) Elementos tangibles: son los equipamientos físicos a los cuales el cliente interactúa en su estadía, estos son los cuartos, los servicios higiénicos, el bar, el comedor, las instalaciones del hospedaje en general.
- b) Fiabilidad: es la condición que emite la empresa para la correcta atención dentro de los matices de comodidad y confort.
- c) Capacidad de respuesta: se identifica por la acción de resolver los requerimientos y las necesidades de los clientes de manera oportuna y con capacidad de respuesta.
- d) Seguridad y Garantía: corresponde a las capacidades del personal en general para brindar satisfacción a los clientes; inherentes a la habilidad de inspirar confianza y credibilidad; el hospedaje a su vez debe relacionar seguridad y hacer sentir al cliente que está protegido en las instalaciones.
- e) Empatía: es el valor agregado inmersa en la atención personalizada la misma que es de suma importancia el que será plasmado en los resultados y en el crecimiento contable administrativo.

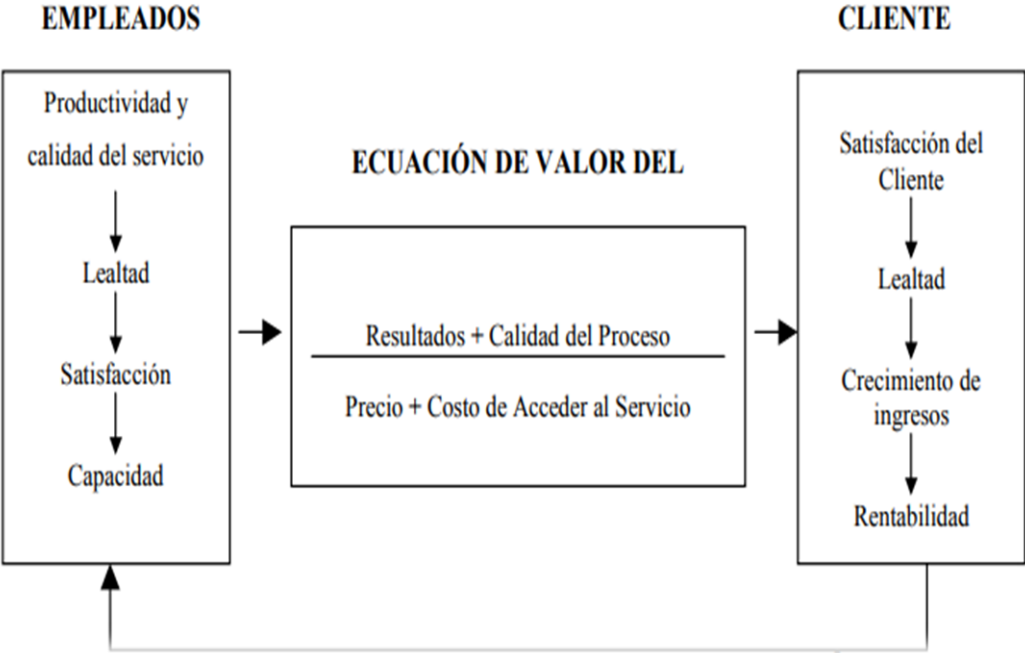
El Modelo Service Profit Chain

Que, el modelo "Service Profit Chain" (SPC) es un modelo de gestión para empresas de servicio efectuado en el 1980 por J. L. Heskett, W. E. Sasser y L. A. Schlesinger; ilustres miembros de la Harvard Business School, e investigadores de la administración de servicios; los mismos que optaron por el análisis de las principales empresas de servicio en los estados americanos. Entonces, la dirección principal del modelo americano, es orientar a los gerentes de empresas direccionen sus líneas socioeconómicas por la satisfacción y lealtad comercial del

cliente y alcanzar altos estándares de impacto competitivo directamente proporcional con los ingresos económicos de la empresa; entonces la forma en que la satisfacción del cliente y la formación del personal impactan la rentabilidad de una empresa se esquematiza en la siguiente figura:

Figura 1:

Elementos del “Service Profit Chain”



Fuente: Weil (2003) Tesis: Medición de la Calidad de los Servicios (p. 7)

Según Weil (2003) propone un conjunto de relaciones entre los elementos que integran el “Service Profit Chain”:

- a. La rentabilidad y el crecimiento son efectos directos por la fidelidad del cliente, donde la lealtad del cliente generan resultados positivos para la empresa; según Weil (2003) el crecimiento del 5% en la fidelidad de los clientes impactará del 25% al 85% la rentabilidad o el auge financiero empresarial; entonces los gerentes deben concentrar sus esfuerzos a la creación de valores agregados para interrelacionar clientes – empresa.

- b. La fidelidad es el resultado de la satisfacción de los clientes; donde consideran regresar en nuestro caso a utilizar las instalaciones del hospedaje por el efecto de confort, costo y calidad de servicio; esta interrelación no siempre se cumple ya que en el campo comercial de hospedajes, hostales y hoteles se presentan diversas alternativas y el costo de acceder a ellas no es muy alto. Considerar también los medios de difusión, promoción y publicidad por lo que es sumamente importante medir los niveles de satisfacción del cliente mediante diversas herramientas de medición llámese encuestas dirigidas a los clientes frecuentes y familiarizados; recopilación de información por las quejas y sugerencias plasmadas en el cuaderno de reclamaciones; retroalimentación por el personal del establecimiento quienes interactúan habitualmente con los clientes; y finalmente estudios de mercado que demandan mayor inversión.
- c. La satisfacción del cliente es inmersa al valor del servicio; es decir a mayores beneficios del hospedaje tanto en precio o flexibilidad en los requerimientos y mayor confort, será mayor la complacencia del huésped.
- d. El valor del servicio se mide por la fidelidad y la productividad de los empleados quienes deben desempeñar un buen servicio; demostrando lealtad a su empresa y motivándose para desarrollar sus actividades diarias; y percibir que serán beneficiados con ingresos adicionales, capacitaciones o distinción meritorias.
- e. La satisfacción de los empleados es generada por el confort en su establecimiento de trabajo; implica un ambiente laboral agradable, donde perciban motivación por su trabajo, y se valore el esfuerzo que realizan y se perciba una relación amical laboral con la empresa. Debe ser un mástil laboral mantener la unión entre los miembros de la empresa y valorar la necesidad de mantener satisfechos tanto a los clientes como a los contratados.

CALIDAD DE SERVICIO

Paz (2005), respecto a la calidad del servicio al usuario corresponde un instrumento intangible de medición por ende, es la confianza obtenida por el cliente. Los usuarios califican a la calidad basándose a las interrelaciones con quienes atienden directamente por eso toda acción comercial corresponde una relación de confianza; el objeto es optimizar la fidelidad del cliente. Así mismo, agrega paz que los clientes tienen expectativas optimas respecto a calidad y es deber de los gerentes alcanzar los estándares de satisfacción y mostrar diferenciación con la competencia; aquellos proveedores que satisfagan mejor las expectativas de los clientes alcanzaran beneficios comerciales y económicos.

De manera complementaria, Zeithaml, Bitner y Gremler (2009), Consigna que las expectativas del cliente es el apercibimiento de la creencia acerca de lo esperado con lo recibido; es decir lo que ellos esperan en sinóptica con lo que reciben en su condición de servicio y buen trato; esta capacidad de conocimiento de las expectativas del cliente es administrado por los profesionales de marketing en busca del auge en las empresas.

La gestión de calidad en los alojamientos, es cumplir con las expectativas que cada vez es mayor exigida por parte de los consumidores y sobre todo solicitan la innovación de tecnología, la misma empresa tiene que capacitarse e investigar nuevos planteamientos y enfoques para dar soluciones a las exigencias del cliente.

Entonces, opino en mi calidad de investigadora opino que los hospedajes establecen como línea de servicio las necesidades primarias del cliente en el pilar del marketing, la promoción y publicidad; donde el nivel de agrado de las cualidades que más aprecia el consumidor es el buen servicio siendo una de las partes más importantes que se puede desarrollar, entonces se debe enaltecer que el servicio brindado es una experiencia para los consumidores.

Larreda (1991), cita que la calidad es un grupo de propiedades físico técnicas y las conglomeración de atributos percibidos sugeridos por los usuarios; es una línea base del marketing que demarca a la calidad como indispensable y denota

diferenciación en la competencia de mercado plasmada por políticas innovadoras de promoción y publicidad; y son decisivas para la elección del cliente.

Denton (1991), cita que el vendedor sea el aspecto más visible del servicio de calidad; pero el principal responsable del sistema de servicio son los empleados; y desafortunadamente los trabajadores quienes dan cara al público reciben remuneración insuficientes por sus esfuerzos; entonces concluye que un salario mínimo combinado con pocos ascensos de por resultado un servicio pésimo; responsabilidad directa de la política de la empresa.

CALIDAD PARA EL ALOJAMIENTO DEL TURISTA

Según para Gray y López (2006) se basa en la prestación de un servicio al cual el cliente tiene expectativas que se tienen que cumplir como: Expectativa sobre los servicios esperados en la forma como se le brinda el alojamiento, expectativa del productos que se le brindara en el hospedaje y sobre la expectativa sobre la estancia del cliente y de qué forma se le hace sentir especial con el fin de que pernocte. También es importante mencionar que si se le brinda una buena orientación de los recursos de la empresa, los aspectos más importantes, y que exista una motivación de parte del personal para un adecuado servicio disfrutará mucho más de su estadía.

También según Begazo (2006) cita que el tiempo se generan una serie de definiciones acerca de los servicios sin que se obtenga un concepto final por la complejidad del sector servicios y la dinámica cambiante ante un mercado moderno. De igual forma Indica que los servicios muestran una gama de características por las cuales se determina la peculiaridad del marketing de servicios.

Intangibilidad.- Es la primordial condición de los servicios así mismo estos llegan a ser experiencias, acciones, satisfacciones de los consumidores por lo cual no se puede tener un acercamiento físico; ejemplo: cuando los huéspedes le es difícil formarse una idea de cómo será el servicio brindado en el hospedaje antes de adquirir esta experiencia.

Inseparabilidad.- En esta característica nos da a entender que ninguna parte del servicio es individualista ya que se termina mientras se desarrolla, la inseparabilidad de los servicios problemas a la hora de llevar el control del nivel de calidad por lo cual ocasiona inseguridad e inestabilidad en el desarrollo ya que el principal componente es el consumidor.

Heterogeneidad.- Es inviable homogenizar los servicios ya que cada uno de este tipo de prestaciones es diferente uno del otro, llámese club, restaurant, hotel de igual forma se plantea la manufactura del servicio, es decir, cambiar la mano de obra por tecnología.

DEFINICIÓN DE MODELOS

Existen diferentes tipos de modelos que nos ayudan a obtener resultados para medir la calidad reflejada en los servicios de alojamientos las cuales las podemos emplear en los diferentes tipos de hospedajes.

Modelo SERVQUAL

Este modelo también es conocido como PZB (las cuales son las iniciales de los autores de esta escala), así mismo ante las dificultades de poder determinar los indicadores objetivos, algunas entidades utilizan indicadores subjetivos, por el cual se menciona a este modelo según, Parasuraman, Zeithaml y Berry(1985) citado por Miranda, Chamorro y Rubio (2007) señala que este factor mide la percepción con la expectativa del cliente; es decir lo que esperan con lo que reciben por servicio; si se supera la expectativa se define de buena calidad y si es lo contrario se dice que el servicio tiene falta de calidad, esta escala cuenta con 2 sub escalas de 22 ítems. Por ende la primera sub escala mide las expectativas de los usuarios sobre el servicio brindado por una entidad de un sector específico y la segunda mide las percepciones de los clientes sobre el servicio de una entidad en particular.

También esta escala multidimensional ha sido tomada en diferentes entidades como públicas y privadas entre otras, esta diversidad ha sido validada como herramienta de medición de calidad de servicio, esta escala cuenta con cinco

dimensiones para poder medir la calidad de servicio de las entidades por ejemplo confiabilidad.

Según Wigodski (2003) nos informa que esta escala es conocida como “modelo de discrepancias” donde se consigna las discrepancias entre las expectativas generales del cliente y las percepciones que obtienen del servicio; este lineamiento es facultad de la empresa y está en su administración los estándares de calidad.

SERVQUAL

Según Almeida, Barcos Y Castilla (2006) Este modelo fue generado para intentar brindar respuestas a los principales problemas generados con respecto a la calidad total de las entidades de servicios, de igual forma en la medición de los resultados por ende el objetivo que se pretende lograr en toda entidad turística para poder satisfacer las necesidades de los clientes en él tiene como estudio a las expectativas y las percepciones de los clientes frente a la entidad.

Modelo de HOTELQUAL

Para la presente investigación de mi autoría se cogerá como apoyo teórico el modelo de Hotelqual (hotel quality) el cual nos ayudara medir la calidad de servicio de los hospedajes según Falces, Sierra, Becerra y Briñol (1999), este modelo fue el resultado de un proyecto que cogió como base teórica la escala SERVQUAL recopilado por Buttle (1996); por lo cual se buscó aplicarse en diferentes establecimientos obteniendo resultados fiables de igual forma esta escala HOTELQUAL cuenta con 20 ítems reducido en tres factores como es la valoración del personal, instalaciones y organización.

Según los autores del estudio de HOTELQUAL, Falces, Sierra, Becerra y Briñol (1999), establecen que HOTELQUAL es una escala para medir la calidad observada en los servicios de hospedajes.

Así mismo el autor Carrasco (2013) indica que el modelo de SERVQUAL se dirige a las entidades turísticas, por ende se encarga en el estudio específico de la medición de calidad en los servicios de hospedajes. Según Almeida, Redin y Castilla (2006) nos indican que el modelo HOTELQUAL es una de las limitaciones

del modelo SERVQUAL por el cual se ha dimensionado y definido las tres dimensiones como es la evaluación del personal , la evaluación de las instalaciones y la evaluación de las instalaciones, el fundamento y la organización del servicio que estructuran el modelo HOTELQUAL, de igual manera se puede realizar la medición de esta escala con algunos instrumentos como son los cuestionarios, la ficha de observación y lista de cotejo.

Tabla 1

Diferencia entre Hotelqual - Servqual

HOTELQUAL	SERVQUAL
<p>Es una herramienta que ayuda a medir la calidad de servicio con respecto a la satisfacción del cliente específicamente en los alojamientos</p> <p>El modelo Hotelqual contiene 3 dimensiones: personal, instalaciones y organización</p> <p>De igual forma las dimensiones están compuestas por 20 ítems las cuales algunas son adaptadas del modelo Servqual</p> <p>Se encarga de medir la calidad percibida en los servicios de alojamiento</p>	<p>Es una herramienta que busca satisfacer las necesidades de los clientes de forma general para el sector turístico</p> <p>Mientras que el modelo Servqual está basado en 5 dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía.</p> <p>Con respecto a las dimensiones de este modelo cuenta con 22 ítems.</p> <p>Se encarga de medir la calidad como una expectativa que espera el cliente antes de un servicio o producto y la percepción lo que el cliente experimenta después de recibir el servicio o producto.</p>

Fuente: Almeida, Barcos y Castilla (2006) Gestión de la calidad de los procesos turísticos, p.280 – 293.

Personal

Bayo y Merino (2002) según estos autores mencionan que los trabajadores son colaboradores de una empresa, cuya labor es ayudar al progreso de una organización de igual forma las cualidades y los comportamientos son parte importante de esto, por ende se coge de esta dimensión para medir la calidad de un servicio de hospedaje.

Instalaciones

Martínez (2013) indica que las áreas tangibles de un proveedor no solo conforma el espacio físico de donde se ubica su establecimiento sino donde se lleva a cabo lo organizado sin dejar de lado que las instalaciones hacen referencia a una estructura que puede cambiar de tamaño de acuerdo a las modificaciones de cada entidad. Por ello utilizamos como dimensión para poder medir la calidad de servicio en el hospedaje.

Organización

Según Donald (2004) indica que la organización está determinada por el vínculo de negocio en un entorno económico inmersas a las actividades de las personas que se interrelacionan con una actividad en común.

1.4 Formulación del Problema

Problema General:

- ¿Cómo es la calidad de servicio en el hospedaje Anra, en el distrito de Anra, provincia de Huari, departamento de Ancash, 2017?

Problema Específico

- ¿Cómo es la calidad de servicio con respecto al personal en el hospedaje Anra, en el distrito de Anra, provincia de Huari, departamento de Ancash, 2017?

- ¿Cómo es la calidad de las instalaciones del hospedaje Anra, en el distrito de Anra, provincia de Huari, departamento de Ancash, 2017?
- ¿Cómo es la calidad de servicio en la organización del hospedaje Anra, en el distrito de Anra, provincia de Huari, departamento de Ancash, 2017?

1.5 Justificación del Problema

Según los autores Hoffman y Bateson (2012), “las empresas de servicio deben administrar en forma eficaz los aspectos de la experiencia del producto servicio”. (p.13)

Es por ello que existe un gran interés por investigar, sobre la calidad de servicio en el distrito de Anra, puesto que anteriormente no hubo un estudio con respecto a la calidad del servicio brindado, es por ello que se busca ayudar a los trabajadores y encargados del hospedaje con un poco de conocimiento con respecto al tema, para brindar un mejor servicio, el cual no solo se vea beneficiado el hospedaje sino que esto sirva de ejemplo para los demás alojamientos ubicados en el interior del distrito de Anra y a sus alrededores, además aportará para ser un referente de información a fin que el hospedaje tome en cuenta una serie de estrategias de servicio que ayude a mejorar la gestión de calidad en el establecimiento ,de esa forma, brindar un servicio eficaz y confort a todos los turistas locales, nacionales e internaciones que deseen visitar este pueblo.

1.6 Objetivos

Objetivo General

- Determinar la calidad de servicio en el hospedaje Anra, en el distrito de Anra, provincia de Huari, departamento de Ancash, 2017.

Objetivos Específicos

- Analizar la calidad de servicio brindado por parte del personal del hospedaje Anra, en el distrito de Anra, provincia de Huari, departamento de Ancash, 2017.
- Definir como es la calidad de las instalaciones del hospedaje Anra, en el distrito de Anra, provincia de Huari, departamento de Ancash, 2017.
- Determinar la calidad de la organización que existe en el hospedaje Anra, en el distrito de Anra, provincia de Huari, departamento de Ancash, 2017

II. METODO

2.1 Diseño de investigación

Según Hernández, Fernández & Baptista (2010) corresponde a la planificación o estrategia desarrollada para obtener la información que desea (...) se utiliza para analizar la certeza de la hipótesis mediante un contexto de la investigación.

Asimismo las categorías de Campbell Y Stanley (1966) habla acerca el diseño no experimental puesto que en esta investigación no se realizan cambios en las variables de manera premeditado sino que se estudia primero el fenómeno luego se analiza de esta misma forma se subdivide en diseño transversal y diseño longitudinal y dentro de cada clasificación se comentaran los diseños específicos.

Así mismo según Hernández, Fernández & Baptista (2010) dice que el diseño transversal o transaccional recoge datos en un solo instante el cual el objetivo es describir las variables y analizarlas en un tiempo exacto por consiguiente siguiendo con este autor nos dice que el diseño transversal descriptivo tiene por objeto consignar la incidencia de los diversos modelos o niveles de una o más variables de una población.

Por ello en el presente trabajo de investigación se empleará un diseño no experimental puesto que no existe ningún control sobre las variables, también es de nivel descriptivo, cuyo enfoque cuantitativo con corte transversal o transaccional.

2.2 Variables, operacionalización

Esta investigación cuenta con la variable de Calidad de Servicio, por el cual se definió y detallo las dimensiones e indicadores de igual forma se formuló los ítems para los huéspedes del hospedaje Anra, las cuales la vamos a poder apreciar en la siguiente tabla.

Tabla 2

Matriz de operacionalización de la variable

DETERMINACION DE VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
<p>CALIDAD DE SERVICIO</p>	<p>Según Paz (2005), calidad es alcanzar o lograr el estándar más alto, por lo cual los usuarios califican a la calidad basándose a las interrelaciones con quienes atienden directamente por eso toda acción comercial corresponde una relación de confianza de los clientes</p>	<p>PERSONAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Disposición de ayudar a los clientes -preocupación por resolver problemas de los clientes. -Conocimiento y esfuerzo por conocer las necesidades de cada cliente. -Competencia y profesionalismo -Disponibilidad para proporcionar al cliente la información cuando lo necesita -Confiabilidad -Aspecto limpio y aseado 	<p>RANGO: ALTO : 54-80 MEDIO:27-53 MALO: 0-26</p>
		<p>INSTALACIONES</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Las variadas dependencias e instalaciones deben resultar interesante. -Conservación de las dependencias y equipamientos de edificio. -Confort de las instalaciones -Seguridad de instalaciones -limpieza de las instalaciones 	
		<p>ORGANIZACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Facilidad de conseguir información de los diferentes servicios. -Discrecionalidad y respeto hacia intimidad del cliente -Disposición del personal de dirección -Rapidez de funcionamiento de los servicios -Veracidad sobre los datos e información del cliente -Resolución de problemas con eficiencia -Importancia hacia el cliente -Prestación de servicio. 	

2.3 Población y Muestra

Población:

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), dice que la población es un conjunto de personas que tienen semejanzas las cuales son observadas en un tiempo determinado.

En la presente investigación se conoce según la información recopilada en el hospedaje Anra en el año 2016, estuvieron hospedados un alrededor de 340 turistas nacionales e internacionales.

Muestreo

Hernández, Fernández y Baptista (2010), indica que es difícil investigar a toda una población, por ende si se requiere adquirir una información general o algún dato para responder las preguntas según el tema de investigación. Existen dos tipos de muestreo ya sea muestreo no probabilístico y muestreo probabilístico.

Clasificación de Muestreo Probabilístico

El muestreo probabilístico es una técnica que le da la posibilidad a toda la población de ser seleccionados para brindar alguna información. Existe varios tipos de muestreo probabilístico como muestreo aleatorio simple, muestreo sistemático, muestreo estratificado, muestreo por conglomerados.

Muestreo Aleatorio simple

Es un muestreo básico utilizado en métodos estadísticos y cálculos. Para seleccionar una muestra aleatoria simple, es por ello que a cada uno de la población objetivo se le concede un número. Luego se establece un conjunto de números aleatorios y esa cantidad se le acopla a la muestra.

Muestra

Hernández, Fernández y Baptista (2010), establece que la muestra es la parte representativa de la población donde se conoce que el tamaño de la muestra para una población finita es:

Z= nivel de confianza = 1.96

e = error de la muestra= 0.05

p= probabilidad de ocurrencia= 0.50

q= probabilidad de no ocurrencia= 0.50

N= total de la población = 340

Operando:

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

$$n = (1.96)^2 * 340 * 0.5 * 0.5 / (0.05)^2 (340-1) + (1.96)^2 * 0.50 * 0.50$$

$$n = 3.84 * 340 * 0.5 * 0.5 / 0.0025 * 339 + (3.84 * 0.50 * 0.50)$$

$$n = 326.4 / 1.81$$

$$n = 180$$

De acuerdo con el resultado dado según nuestra muestra de una población finita tiene como resultado 180 personas las cuales nos ayudaran a conocer la calidad de servicio del hospedaje Anra.

2.4 Técnica e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Técnica e instrumentos de recolección de datos

Según Rojas (1996) dice que las técnicas e instrumentos ayudaran a recopilar las informaciones obtenidas en el campo mediante encuestas entre otros los cuales podrán ser utilizados en los enfoques cuantitativos o cualitativos por ende debe estar completamente justificado analizando así adecuadamente los problemas.

El presente trabajo de investigación se utilizó como medio de instrumento un cuestionario de tipo Likert as cuales contienen 20 preguntas, se muestra en el anexo 3, resaltando así el interés a conocer sobre el personal, las instalaciones y la organización del hospedaje, de igual forma se empleó la técnica de encuesta que será empleada en una muestra realizada que de acuerdo con la fórmula aplicada siendo 180 las personas a encuestar en el hospedaje Anra, ver anexo 6

Validez y confiabilidad

Que, Hernández, Fernández y Baptista (2010) citan que la validez es el instrumento utilizado para medir exclusivamente a la variable a investigar, debiendo ser veraz. En la presente investigación se utilizó el programa estadístico SPSS para poder procesar la información recogida mediante las encuestas realizadas en el hospedaje Anra. Donde se colocara la valoración de los 180 huéspedes encuestados de manera ordenada.

Así mismo, Hernández, Fernández y Baptista (2010) consignan que la confiabilidad se puede medir de manera repetida a la misma persona u objeto y esto debe tener iguales resultados sin variación alguna.

De esta manera se realizó la validez del instrumento a cargo de 3 docentes quienes son expertos provenientes de la universidad Cesar vallejo, los cuales evaluaron el instrumento siguiendo así con la validación de ello. Ver anexo 2- A, 2-B, 2-C

Tabla 2: Validación del instrumento

DOCENTE	VALIDACION
Mg. Carlos Tovar Zacarías	Aceptable
Mg. Miguel Ruiz Palacios	Aceptable
Mg. Verónica Zevallos Gallardo	Aceptable

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Según Welch y Comer (1988), las estadísticas de fiabilidad consisten en las frecuencias internas de medidas de un instrumento, el método de Alfa de Cronbach establece la fiabilidad de un instrumento a través de un determinado conjunto de ítems con la finalidad que se midan una determinada dimensión teórica; de la presente investigación se realizó el análisis alpha de Cronbach para conocer la fiabilidad de nuestro instrumento, es así que nos arrojó como resultado 0,705, ver anexo 4, el cual se encuentra en un rango es aceptable como criterio general según George y Mallery (2003, p. 231)

2.5 Métodos de análisis de datos

Según Bausela (2005), SPSS (Statistical Product and Service Solutions) es una herramienta de importante función que permite el análisis de datos con mayor rapidez donde se pueden colocar gran cantidad de datos, dentro de una matriz en un grupo de valores colocadas en filas y columnas, las cuales darán resultados estadísticos, después de ello se obtiene los gráficos con porcentajes exactos, una vez obtenido ello se procede a realizar la explicación de los resultados.

Es así que en el presente trabajo se optó el SPSS para poder realizar el análisis de datos puesto que tendremos resultados reales y exactas con gráficos y sus respectivos porcentajes, por ello primero se llenó la vista con nombres de las variables o dimensiones de la investigación así mismo se colocó todos los valores numéricos recolectados de la encuesta, como se ve en el anexo 5 y estos se analizan arrojando los gráficos correspondientes a lo analizado donde se completa de manera personalizada como porcentajes ver más en el capítulo de resultados.

2.6 Aspectos Éticos

En el presente trabajo se respetó los derechos de los autores las cuales fueron citadas en el proyecto de investigación, de igual forma se mantuvo en reserva la privacidad de las personas que fueron encuestadas y se cuidó cualquier aspecto de incomodidad, ya sea de forma verbal u otro mediante la encuesta, de igual forma el investigador se responsabilizó de llevar a cabo el estudio con honestidad y responsabilidad.

III. RESULTADOS

En este capítulo presentaremos los resultados obtenidos del presente trabajo de campo realizado a los huéspedes del hospedaje Anra ubicado en el distrito Anra, provincia Huari, departamento Ancash, para evaluar la calidad de servicio; por el cual este trabajo tuvo como instrumento un cuestionario que está conformado con 20 ítems, las cuales fueron guiadas por el modelo HOTELQUAL.

A continuación se presenta los cuadros estadísticos obtenidos de dichos resultados, en el cual nos muestra el total de ítems validados por las 180 personas encuestadas con 0 perdidas.

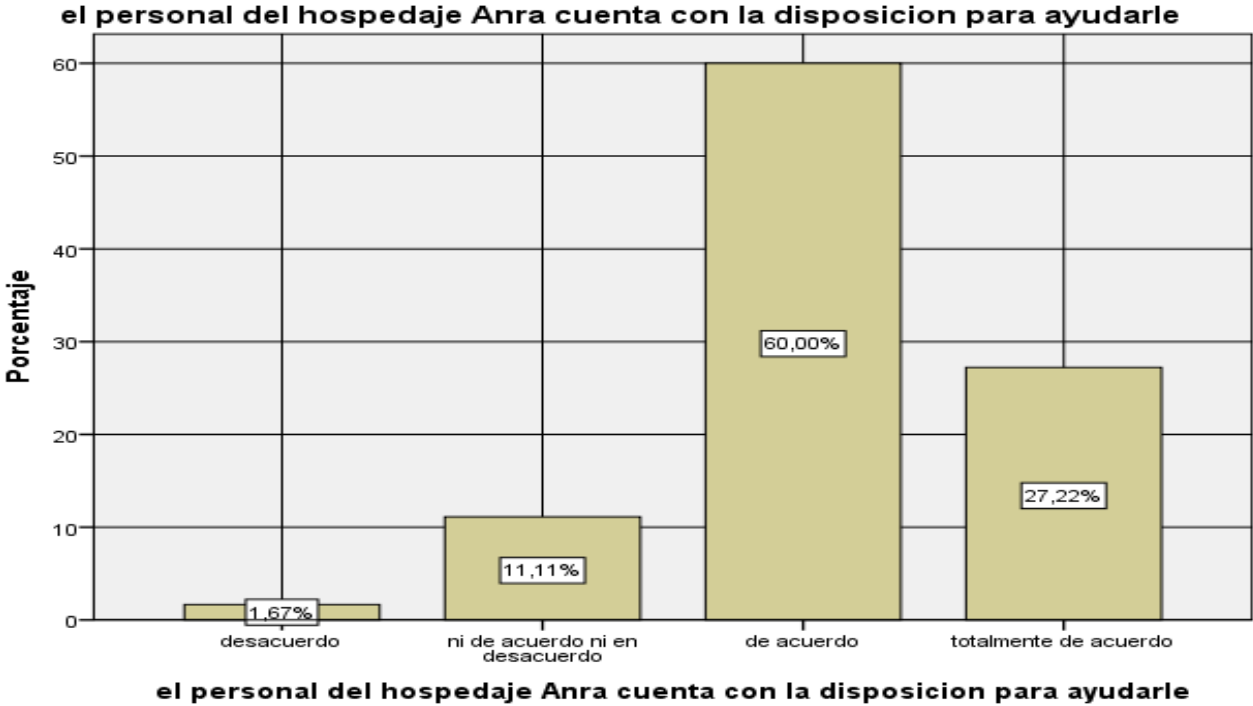
1. Calidad de servicio brindada por parte del personal a los huéspedes en el hospedaje Anra

Tabla N°3: Disposición del personal para ayudar a los huéspedes

el personal del hospedaje Anra cuenta con la disposición para ayudarle

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Desacuerdo	3	1,7	1,7	1,7
ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	11,1	11,1	12,8
de acuerdo	108	60,0	60,0	72,8
totalmente de acuerdo	49	27,2	27,2	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Figura N° 2: Disposición del personal para ayudar a los huéspedes



Interpretación:

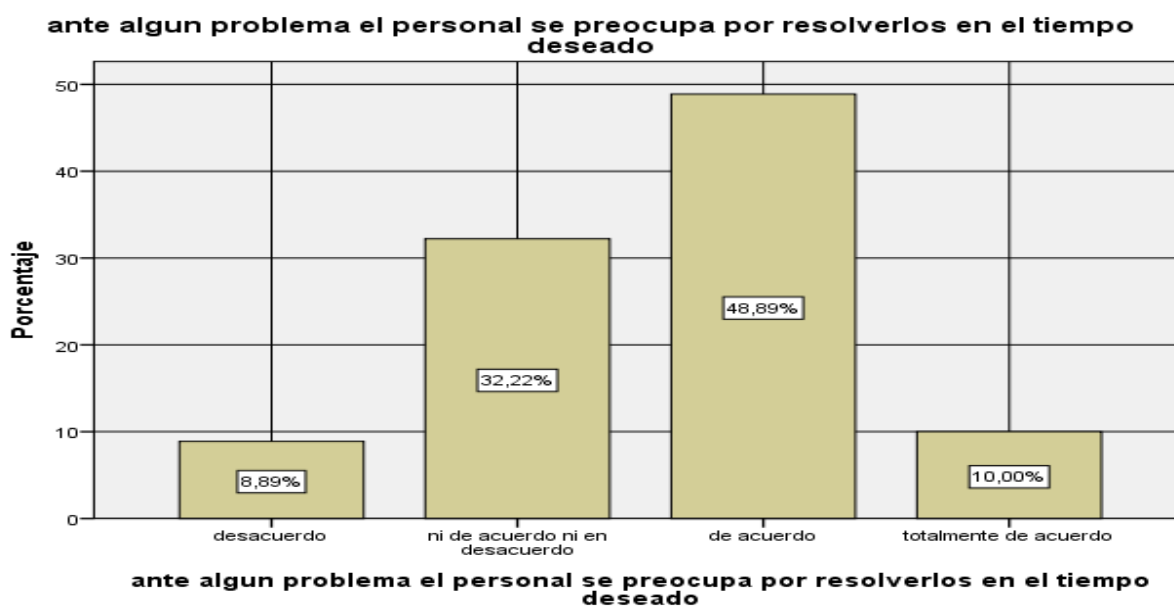
Teniendo como encuestados al 100%, en el grafico muestra que el 60% está de acuerdo con la disposición del personal con referencia de ayudar a los huéspedes durante su estadía, de igual forma el 11,1% no está de acuerdo ni en desacuerdo con la atención brindada por parte del personal ya que tuvieron experiencias no muy gratas durante el tiempo pernoctado, Por ende la gran parte de las personas encuestadas percibieron que el hospedaje Anra cuenta con el personal con disponibilidad y ganas de ayudar sin embargo no lograron satisfacer el 100 % de sus expectativas.

Tabla N° 4: preocupación del personal para resolver los problemas a tiempo

ante algún problema el personal se preocupa por resolverlos en el tiempo deseado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido desacuerdo	16	8,9	8,9	8,9
ni de acuerdo ni en desacuerdo	58	32,2	32,2	41,1
de acuerdo	88	48,9	48,9	90,0
totalmente de acuerdo	18	10,0	10,0	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Figura N° 3: preocupación del personal para resolver los problemas a tiempo



Interpretación:

De acuerdo con el 100% de encuestados, que el 48,9% se encuentran de acuerdo que el personal del hospedaje Anra busca la forma de resolver los problemas presentados en el tiempo mínimo, de igual forma un 32,2% de personas encuestadas no están de acuerdo ni en desacuerdo, por el cual prefieren no opinar.

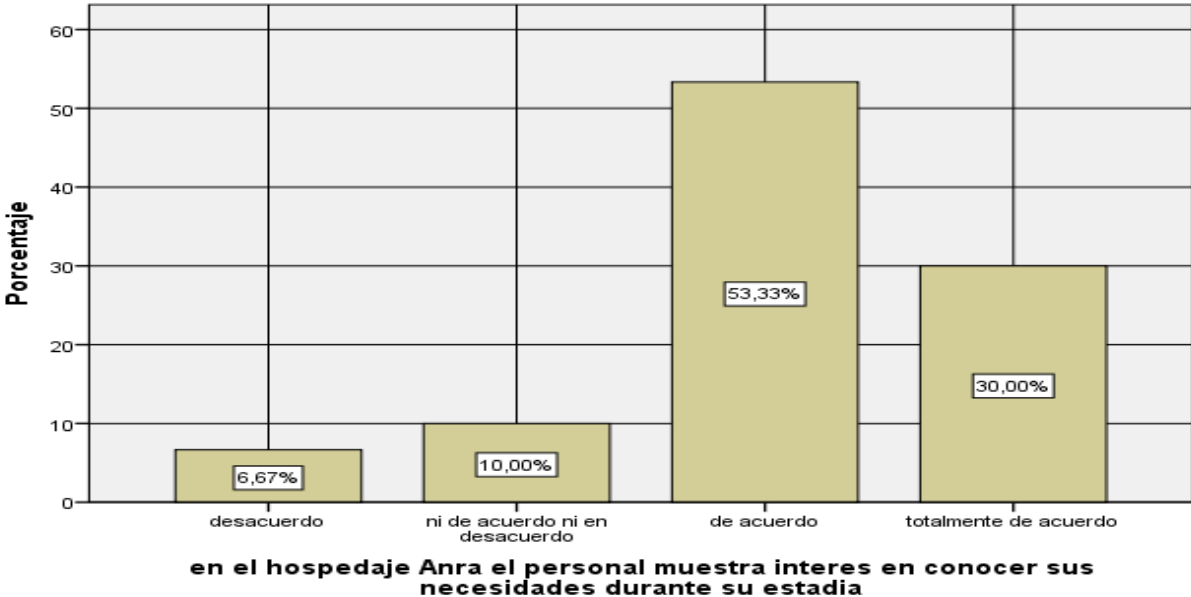
El hospedaje de Anra busca satisfacer en gran parte la necesidades de sus huéspedes por ende tratan de resolver los inconvenientes presentados en corto tiempo sin embargo existen problemas que requieren mayor atención, es por ello que los usuarios de este servicio no están al 100% satisfechos con la capacidad de respuesta que prestan el hospedaje teniendo así solo a un 10% de estos clientes totalmente satisfechos.

Tabla N° 5: Interés del personal en conocer las necesidades de los huéspedes en el hospedaje Anra el personal muestra interés en conocer sus necesidades durante su estadía

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido desacuerdo	12	6,7	6,7	6,7
ni de acuerdo ni en desacuerdo	18	10,0	10,0	16,7
de acuerdo	96	53,3	53,3	70,0
totalmente de acuerdo	54	30,0	30,0	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Figura N° 4: Interés del personal en conocer las necesidades de los huéspedes

en el hospedaje Anra el personal muestra interes en conocer sus necesidades durante su estadía



Interpretación:

En el grafico nos muestra que del 100% de personas encuestadas, que el 53,3% de personas se encuentran de acuerdo con el trato del personal, puesto que ellos perciben que los trabajadores muestran interés ante sus necesidades, por otro lado 10% de ellos prefieren no opinar o simplemente no dan una respuesta exacta de lo que puedan percibir.

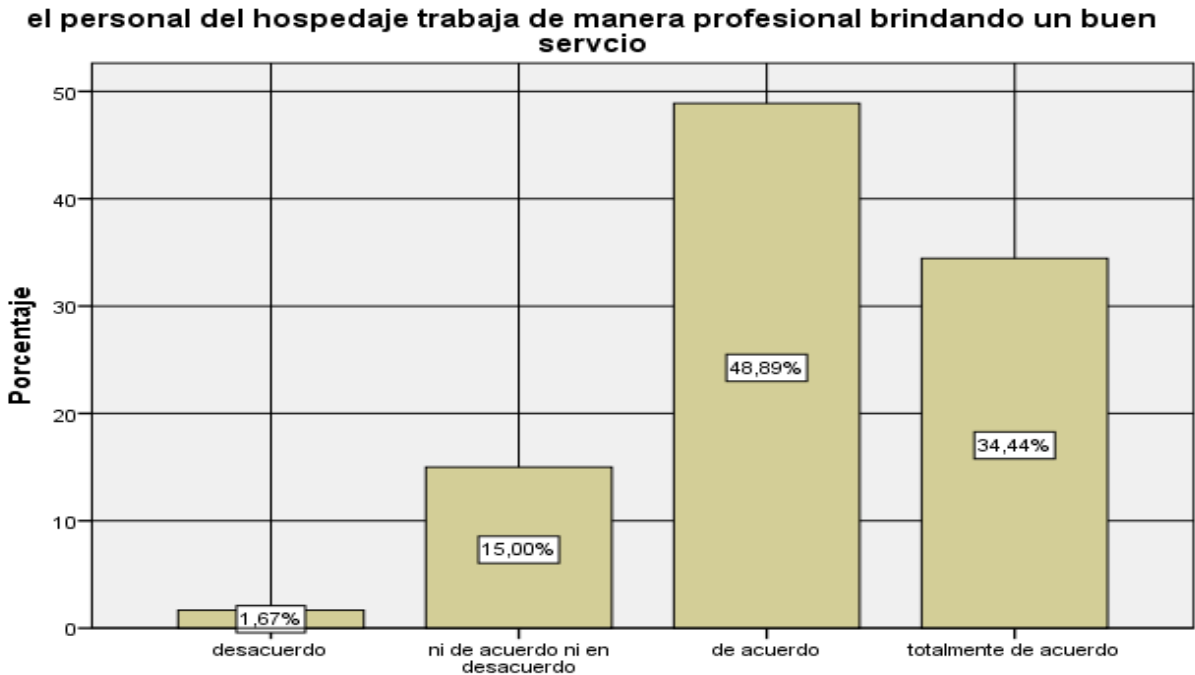
El hospedaje Anra de acuerdo con el grafico indica que la gran mayoría está de acuerdo con el interés que muestra el personal al tratar de conocer las necesidades que ellos puedan tener dentro del hospedaje, buscando así satisfacer las necesidades del cliente y mostrando un servicio de calidad, a pesar de ello aún falta trabajar directamente con todo el personal para ser más eficientes con los servicios que brindan, de esa forma se busca crear huéspedes totalmente satisfechos con el servicio que reciben.

Tabla N° 6: Profesionalismo del personal para brindar un buen servicio

el personal del hospedaje trabaja de manera profesional brindando un buen servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido desacuerdo	3	1,7	1,7	1,7
ni de acuerdo ni en desacuerdo	27	15,0	15,0	16,7
de acuerdo	88	48,9	48,9	65,6
totalmente de acuerdo	62	34,4	34,4	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Figura N°5: Profesionalismo del personal para brindar un buen servicio



Interpretación:

Del 100 % de encuestados en el hospedaje Anra, que el 48,89% de personas están de acuerdo con el profesionalismo que muestran los colaboradores con respecto a sus huéspedes, siendo estos resultados aceptables pero no cumplimiento con la satisfacción total de los usuarios puesto que hay un 34,44% de ellos que están totalmente de acuerdo con el trato recibido por parte de los trabajadores, por otro lado un 15% de las personas encuestadas prefieren no dar su opinión , probablemente porque tuvieron experiencias distintas al resto.

Tomando como datos los gráficos presentados, podemos decir que el trato que brindan los trabajadores es de forma cordial pero aun cuenta con algunas deficiencias que no permiten que esto logre satisfacer por completo las expectativas de los usuarios.

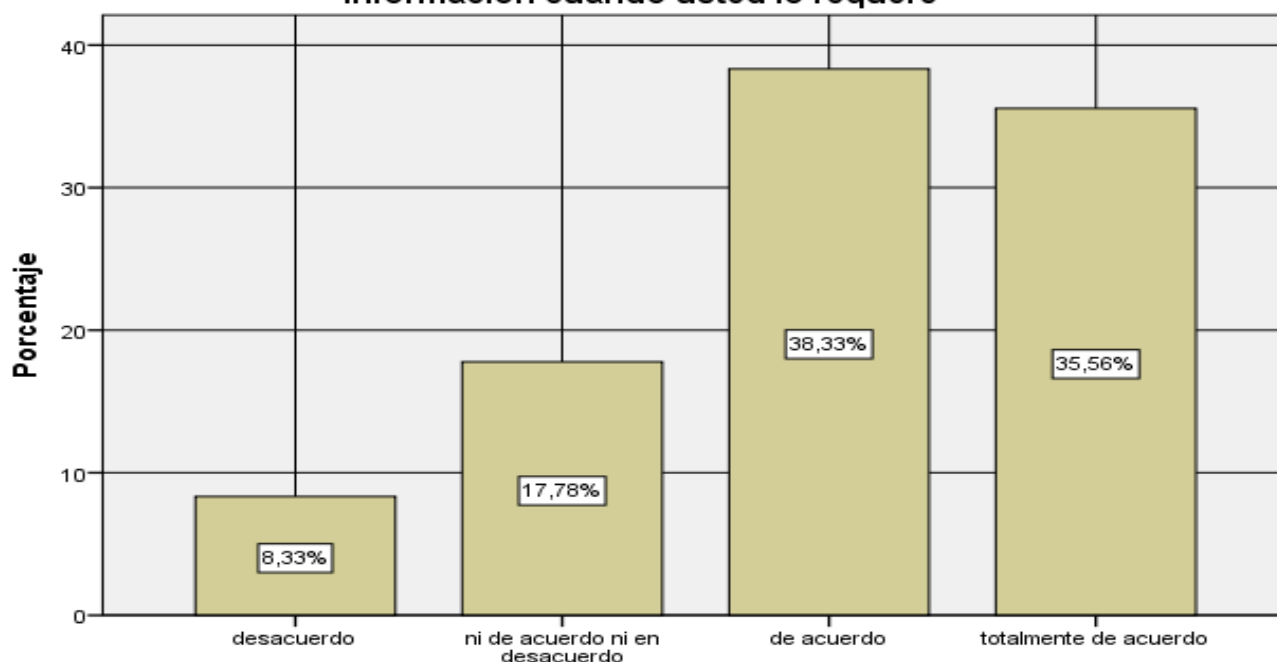
Tabla N° 7: Disponibilidad del personal para brindar información

los trabajadores del hospedaje cuentan con la disposición de brindarle información cuando usted lo requiere

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido desacuerdo	15	8,3	8,3	8,3
ni de acuerdo ni en desacuerdo	32	17,8	17,8	26,1
de acuerdo	69	38,3	38,3	64,4
totalmente de acuerdo	64	35,6	35,6	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Figura N°6: Disponibilidad del personal para brindar información

los trabajadores del hospedaje cuentan con la disposición de brindarle información cuando usted lo requiere



Interpretación:

En un total de 100% de encuestados nos indica que el 38,33% de personas encuestadas están satisfechos con la disposición que cuenta el personal del hospedaje para brindar información, de igual forma un 17,8% de personas

encuestadas no están de acuerdo ni en desacuerdo con la disposición que los trabajadores puedan tener para facilitar información .

La mayoría de encuestados opinan que el hospedaje cuenta con personal dispuesto a facilitar información a los huéspedes acerca de las inquietudes que puedan tener ya sea con los servicios del hospedaje o alguna otra consulta con respecto al lugar donde se ubica el establecimiento. Sin embargo no todos están totalmente capacitados o tienen información importante acerca de los objetivos del hospedaje siendo esto un impedimento para el correcto manejo de datos, es por eso que solo un 35,56% están totalmente satisfechos puesto que falta más énfasis en la comunicación del personal con el cliente, de esta forma se busca tener clientes con las mayor satisfacción.

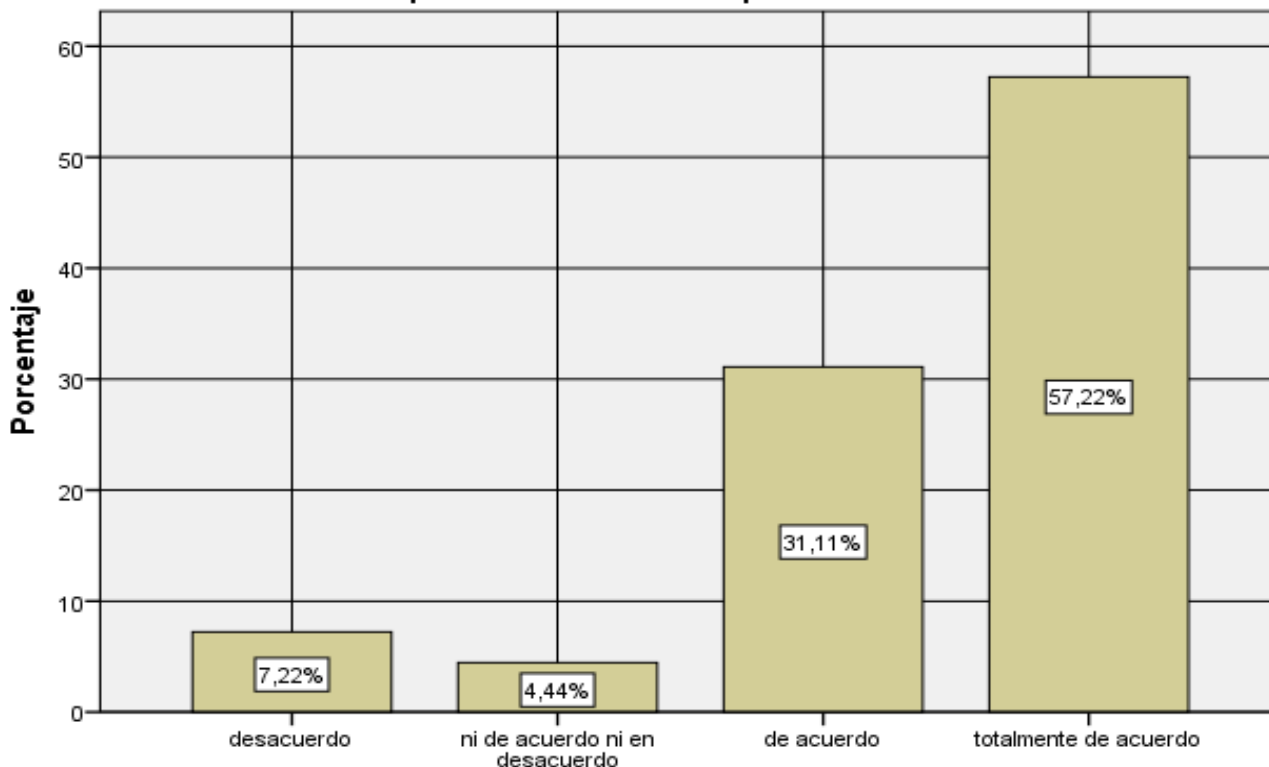
Tabla N° 8: Confianza del personal hacia los huéspedes

el comportamiento de los trabajadores del hospedaje brinda la confianza que usted requiere durante el tiempo de su estadía

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido desacuerdo	13	7,2	7,2	7,2
ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	4,4	4,4	11,7
de acuerdo	56	31,1	31,1	42,8
totalmente de acuerdo	103	57,2	57,2	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Figura N°7: Confianza del personal hacia los huéspedes

el comportamiento de los trabajadores del hospedaje brinda la confianza que usted requiere durante el tiempo de su estadia



Interpretación:

Del 100% de personas encuestadas que el 57,2% de huéspedes informan que se encuentran totalmente satisfechos con relación a la confianza que ellos puedan sentir al lado de los trabajadores del hospedaje, de igual forma el 31,11% están de acuerdo con la confianza percibida en dentro de las instalaciones y un 4,44% de personas que no están de acuerdo ni en desacuerdo, puesto que probablemente tuvieron inconvenientes dentro del establecimiento

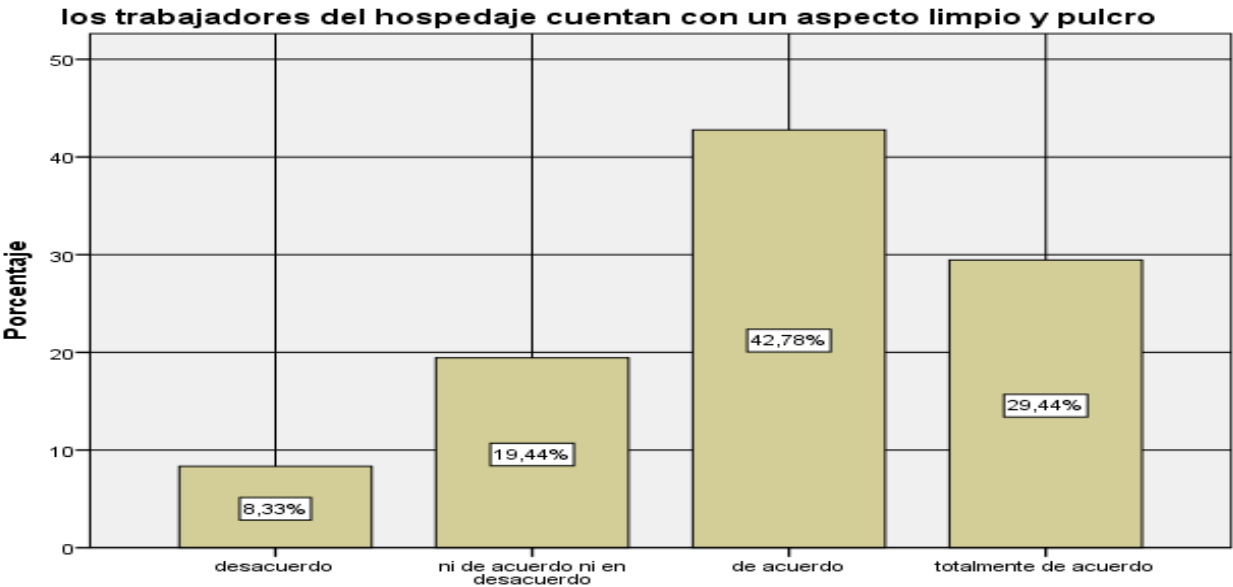
Lo que se busca con este tipo de preguntas es conocer el nivel de satisfacción que ellos puedan tener por ende la gran mayoría siente que pueden confiar en los colaboradores del hospedaje puesto que son a ellos a quienes dejan sus pertenencias, por ellos es de suma importancia que los trabajadores logren inspirar eso a sus huéspedes una sensación de confianza plena ante el servicio que recibe creando así un ambiente cálido y de mejor trato.

Tabla N° 9: Higiene del personal

los trabajadores del hospedaje cuentan con un aspecto limpio y pulcro

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido desacuerdo	15	8,3	8,3	8,3
ni de acuerdo ni en desacuerdo	35	19,4	19,4	27,8
de acuerdo	77	42,8	42,8	70,6
totalmente de acuerdo	53	29,4	29,4	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Figura n° 8: Higiene del personal



Interpretación:

Se puede observar que del 100% de personas encuestadas que el 42,78% de personas encuestadas se encuentran de acuerdo con el aspecto limpio y pulcro que puedan tener los trabajadores del hospedaje, por otro lado un 19,44% de encuestados prefieren no opinar acerca del aspecto de los colaboradores y un 8,33% de personas no están de acuerdo con el aspecto que estos presentan.

El hospedaje Anra si bien es cierto no cuenta con un uniforme exacto que los identifique, pero al menos se busca mantener la limpieza y orden en el aspecto físico. Por ello la gran mayoría de personas encuestadas están de acuerdo con

este punto. Pero no logran impresionar aun la parte visual de los huéspedes y con ello la satisfacción al 100%

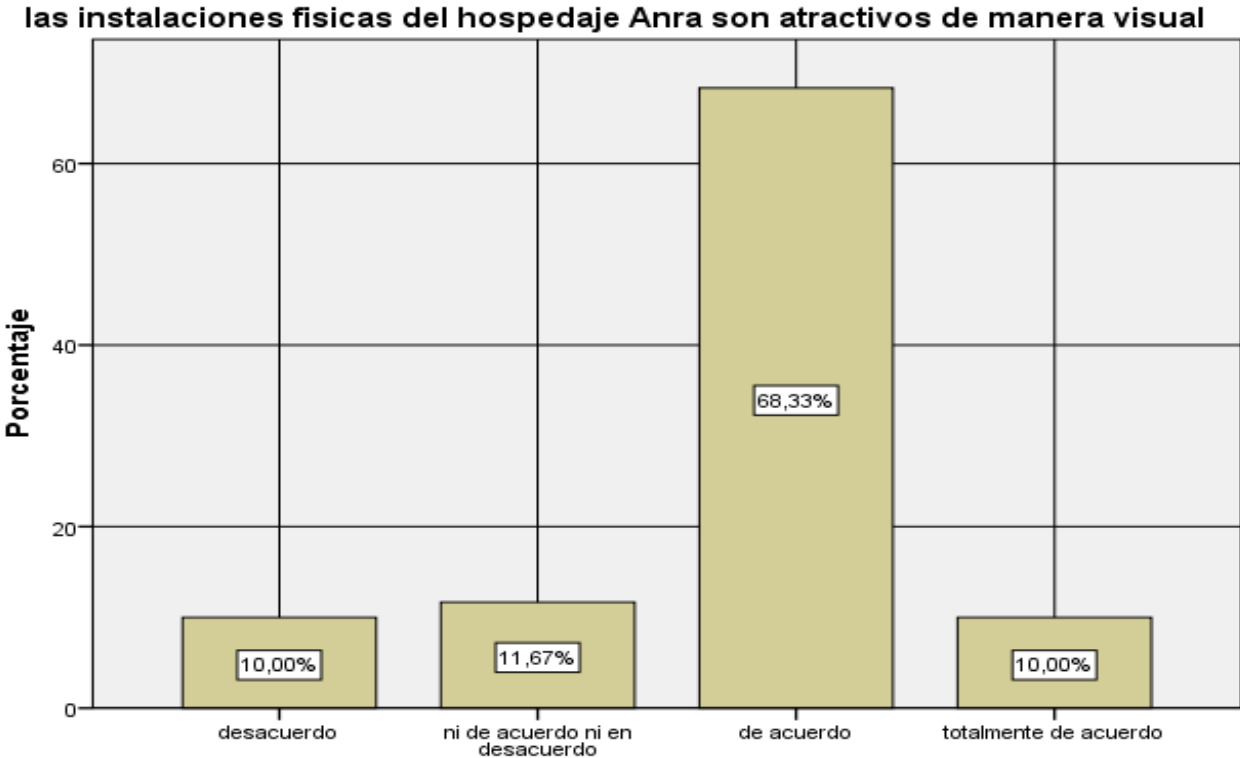
2. Calidad de servicio brindada en las instalaciones del hospedaje Anra

Tabla N° 10: Atracción de manera visual del hospedaje

las instalaciones físicas del hospedaje Anra son atractivos de manera visual

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido desacuerdo	18	10,0	10,0	10,0
ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	11,7	11,7	21,7
de acuerdo	123	68,3	68,3	90,0
totalmente de acuerdo	18	10,0	10,0	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Figura N° 9: Atracción de manera visual del hospedaje



Interpretación:

Del 100% de encuestados nos muestra que el 68,33%, están de acuerdo con la apariencia del hospedaje, por otro lado el 10% no están de acuerdo con ello ya que no es de su total agrado y el 11,67% de personas no están de acuerdo ni en desacuerdo con el aspecto físico del establecimiento.

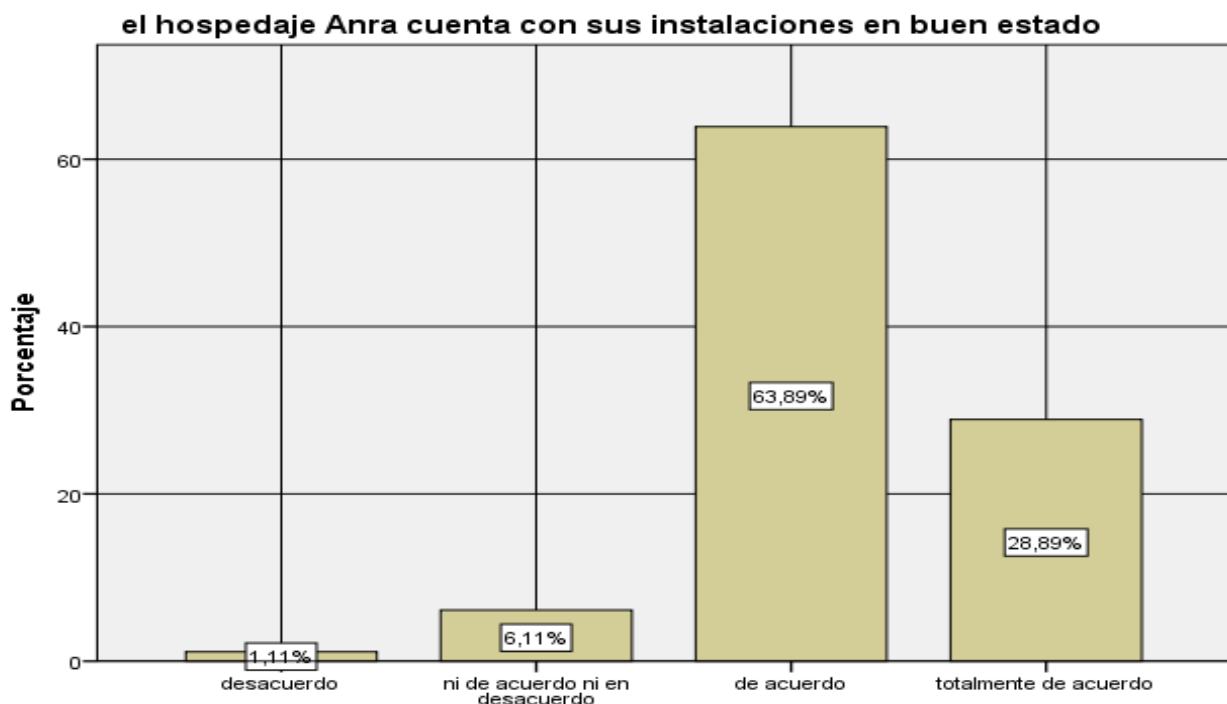
El hospedaje Anra cuenta con un aspecto rural de acuerdo a la zona, por ende no todo los usuarios se logran adaptar al ambiente donde están pernoctando, así mismo por lo observado el hospedaje Anra actualmente se encuentra mejorando sus instalaciones para la comodidad de sus usuarios.

Tabla N°1 1: Conservación del hospedaje

el hospedaje Anra cuenta con sus instalaciones en buen estado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido desacuerdo	2	1,1	1,1	1,1
ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	6,1	6,1	7,2
de acuerdo	115	63,9	63,9	71,1
totalmente de acuerdo	52	28,9	28,9	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Figura N°10: Conservación del hospedaje



Interpretación:

En un total de 100% de encuestados se logra destacar que el 63,89% de personas están de acuerdo con el estado en el que se encuentra el hospedaje y el 6,11% de ellos prefieren no opinar acerca del tema por ende no están de acuerdo ni en desacuerdo por otro lado 1,11% nos indica que no les parece que el hospedaje está en buen estado, esto un porcentaje menor, a diferencia de los demás.

Por ende la gran mayoría de personas se sienten cómodos con las instalaciones del hospedaje, a pesar de tener un aspecto rural, el hospedaje busca brindar la mayor la satisfacción posible a sus huéspedes, pero no logran obtener el 100% aun, de aceptación por parte de los usuarios siendo un tema aun para trabajar y mejorar.

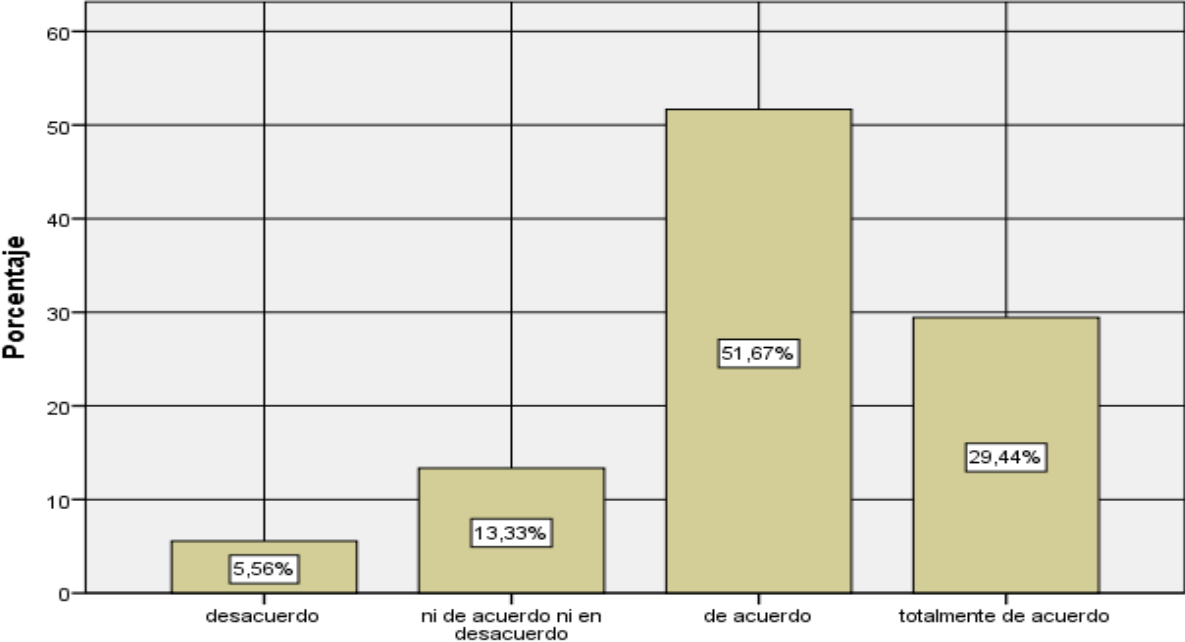
Tabla N° 12: Confort de los huéspedes

el hospedaje Anra brinda el confort requerido a los huéspedes con respecto a sus instalaciones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido desacuerdo	10	5,6	5,6	5,6
ni de acuerdo ni en desacuerdo	24	13,3	13,3	18,9
de acuerdo	93	51,7	51,7	70,6
totalmente de acuerdo	53	29,4	29,4	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Figura N° 11: Confort de los huéspedes

el hospedaje Anra brinda el confort requerido a los huéspedes con respecto a sus instalaciones



Interpretación:

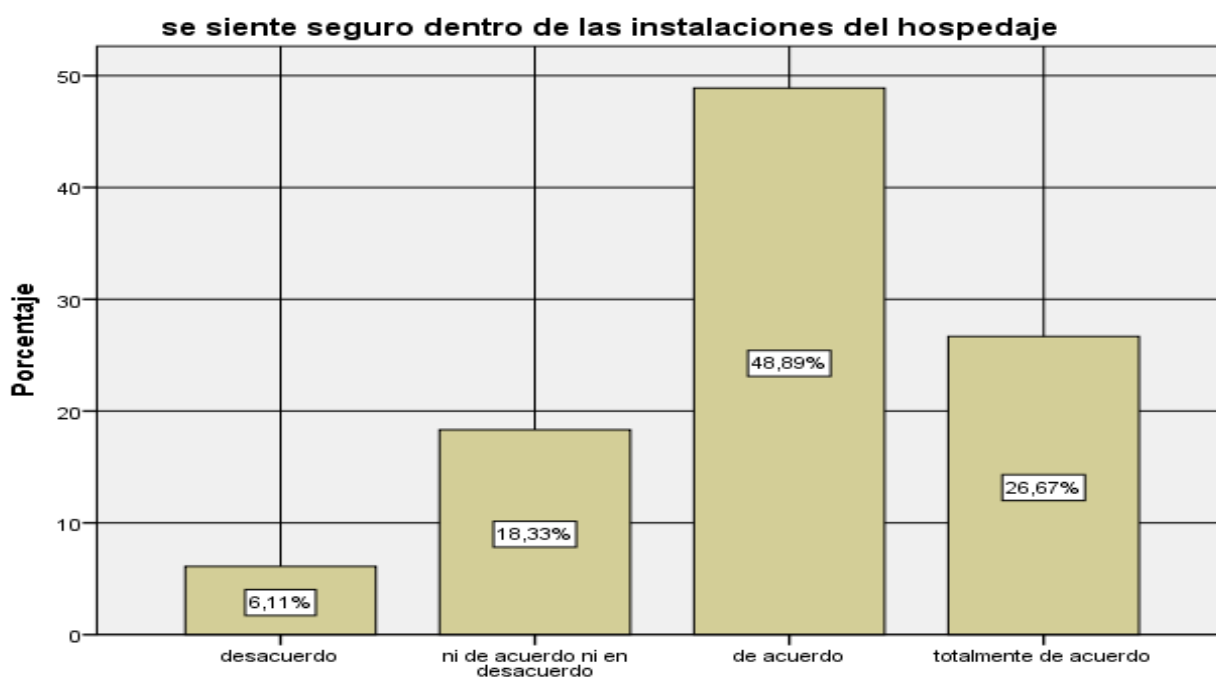
El grafico da a conocer que el 51,7% de encuestados se sientan en un estado de confort dentro de las instalaciones del hospedaje, así mismo el 29,44% están totalmente satisfechos dentro del ambiente de las instalaciones, por otro lado 5,6% de usuarios no están de acuerdo, puesto que probablemente tuvieron alguna incidencia o mala experiencia dentro del hospedaje, en otro aspecto el 13,33% prefieren no manifestar su opinión puesto que no pasan mucho tiempo dentro del hospedaje.

Es así que el hospedaje a pesar de tener sus carencias logra hacer que la estadía de sus huéspedes sea favorable y ellos pueden percibir comodidad dentro de las instalaciones del hospedaje, sin embargo se debe trabajar no solo para satisfacer las necesidades sino para cumplir con las expectativas que los usuarios puedan tener.

Tabla N° 13: Seguridad dentro del hospedaje

se siente seguro dentro de las instalaciones del hospedaje				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido desacuerdo	11	6,1	6,1	6,1
ni de acuerdo ni en desacuerdo	33	18,3	18,3	24,4
de acuerdo	88	48,9	48,9	73,3
totalmente de acuerdo	48	26,7	26,7	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Figura N° 12: Seguridad dentro del hospedaje



Interpretación:

Del 100% del total de encuestados nos indica que el 48,89% de personas se sienten seguros dentro del hospedaje, sin embargo el 6,11% sienten que falta seguridad dentro de las instalaciones y el 18,33% no manifiesta ninguna respuesta.

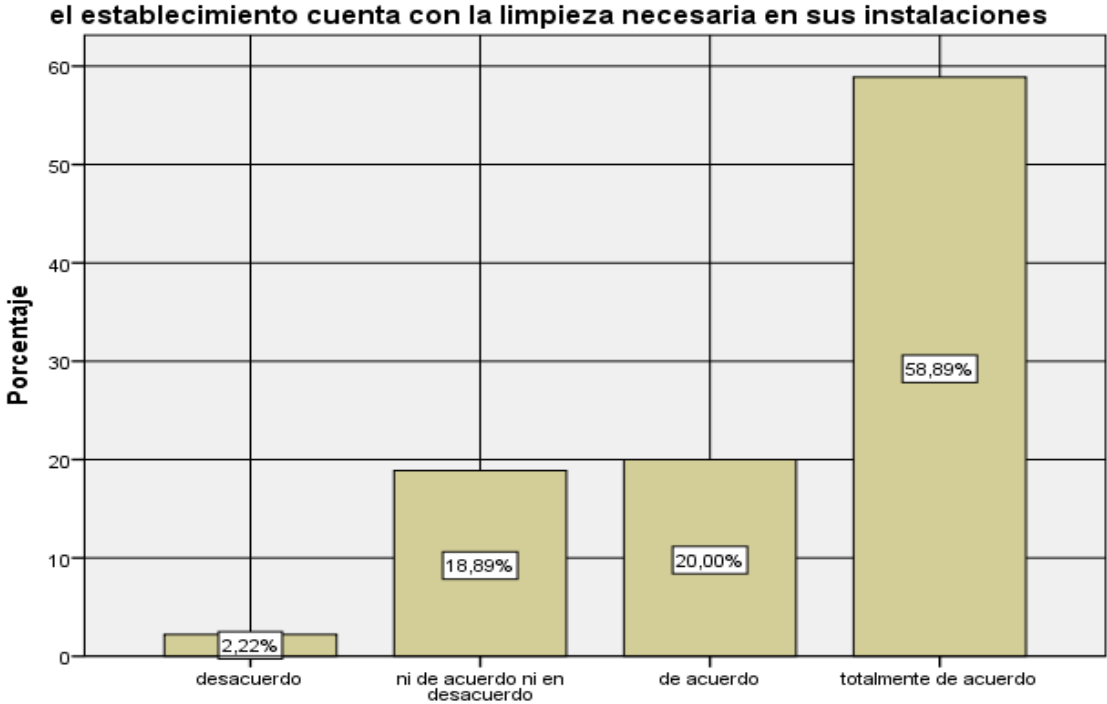
Por lo tanto el hospedaje Anra si bien es cierta cuenta con una persona encargada de la seguridad del establecimiento y por la misma costumbre de la población los huéspedes se sienten seguridad de permanecer dentro de las instalaciones. Sin embargo existe un porcentaje que aún falta sentir esa sensación de seguridad y confianza.

Tabla N° 14: limpieza de las instalaciones del hospedaje

el establecimiento cuenta con la limpieza necesaria en sus instalaciones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido desacuerdo	4	2,2	2,2	2,2
ni de acuerdo ni en desacuerdo	34	18,9	18,9	21,1
de acuerdo	36	20,0	20,0	41,1
totalmente de acuerdo	106	58,9	58,9	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Figura N° 13: limpieza de las instalaciones del hospedaje



Interpretación:

Del 100% de encuestados, que 58,89% de personas informaron que se encuentran totalmente de acuerdo con la limpieza del hospedaje, sin embargo una mínima cantidad de 2,22% nos indican que están en desacuerdo con ello y el 18,9% prefieren no opinar acerca del tema

El hospedaje Anra busca dar una buena imagen a sus huéspedes, por ello la gran mayoría se siente satisfecho con los resultados, si bien es cierto no es un lugar como la mayoría de usuarios están acostumbrados alojarse, sin embargo este hospedaje busca brindar una buena impresión con la limpieza y orden por eso es percibido por los huéspedes y apreciado por ellos.

3. Calidad de servicio dado por parte de la organización del hospedaje

Tabla N°15: Facilidad de información

dentro del hospedaje se le brinda información completa acerca los diversos servicios que solicite el huésped

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido desacuerdo	4	2,2	2,2	2,2
ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	7,2	7,2	9,4
de acuerdo	115	63,9	63,9	73,3
totalmente de acuerdo	48	26,7	26,7	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Interpretación:

Según el grafico mostrada al 100% nos indica que 63,89% de huéspedes son informados acerca los diversos servicios que brinda el hospedaje, por otro lado el 2,2% manifestaron su insatisfacción acerca de ellos puesto que no tenían conocimiento de los servicios que se les brinda y 7,2% prefieren no opinar

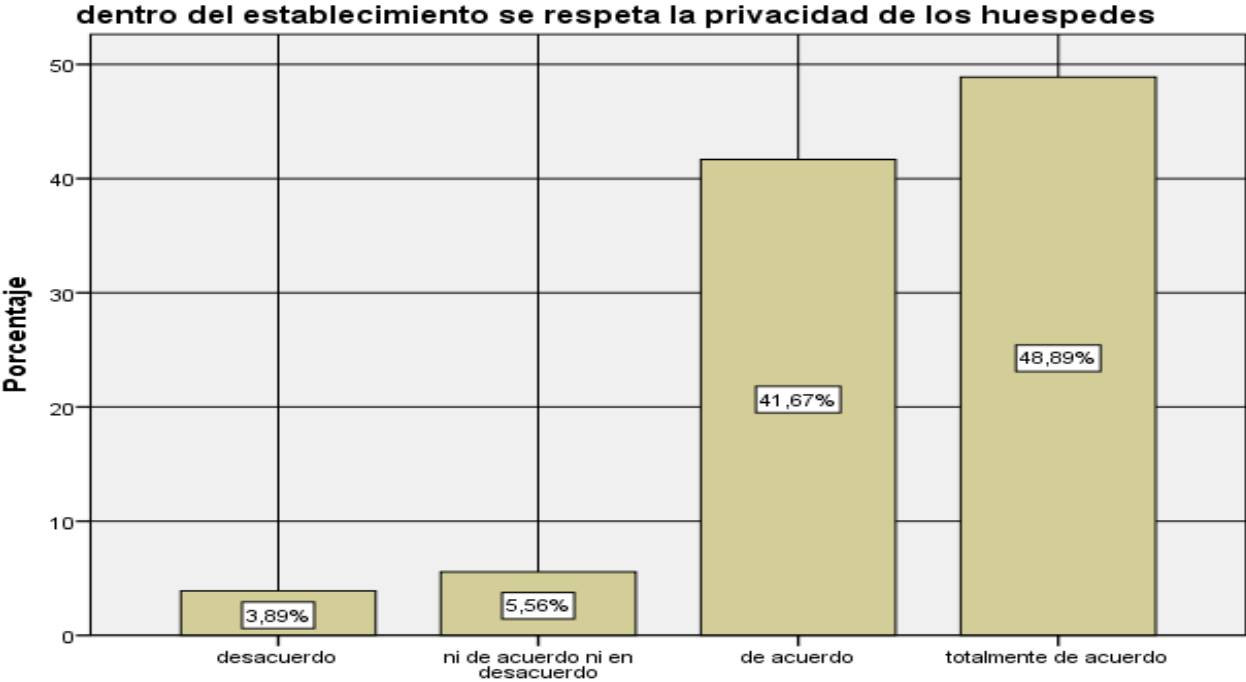
respecto al tema. Es así que el hospedaje Anra mantiene un gran porcentaje de huéspedes informados acerca de algunos temas pero no todos sienten esa misma satisfacción de acuerdo con el grafico es 26,7% de usuarios.

Tabla N°16: Privacidad de los huéspedes

dentro del establecimiento se respeta la privacidad de los huéspedes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido desacuerdo	7	3,9	3,9	3,9
ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	5,6	5,6	9,4
de acuerdo	75	41,7	41,7	51,1
totalmente de acuerdo	88	48,9	48,9	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Figura N°15: Privacidad de los huéspedes



Interpretación:

Del 100% de personas encuestadas 48,9% de encuestados informan que están totalmente de acuerdo que se les respeta su privacidad, y 5,6% no están de acuerdo ni en desacuerdo con respecto al tema.

El hospedaje Anra tiene sus reglamentos con respecto a la privacidad e intimidad de los huéspedes por el cual el personal no puede ni debe violar esas normas, sin embargo aún existe un porcentaje de 3,89% de usuarios que no están de acuerdo por alguna mala experiencia vivida dentro del establecimiento pero los cuales se debe seguir trabajando para mejorarlos.

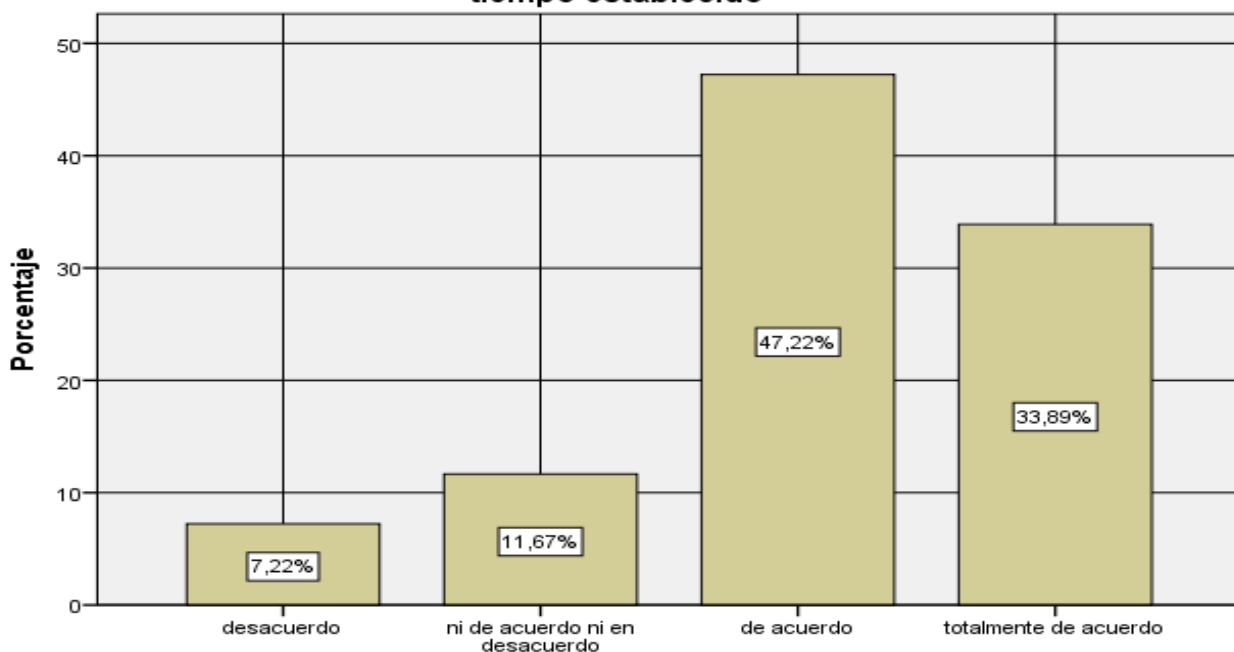
Tabla N°17: Compromiso de la organización

cuando los encargados del hospedaje se comprometen en algo lo realizan en el tiempo establecido

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido desacuerdo	13	7,2	7,2	7,2
ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	11,7	11,7	18,9
de acuerdo	85	47,2	47,2	66,1
totalmente de acuerdo	61	33,9	33,9	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Figura n° 16: Compromiso de la organización

cuando los encargados del hospedaje se comprometen en algo lo realizan en el tiempo establecido



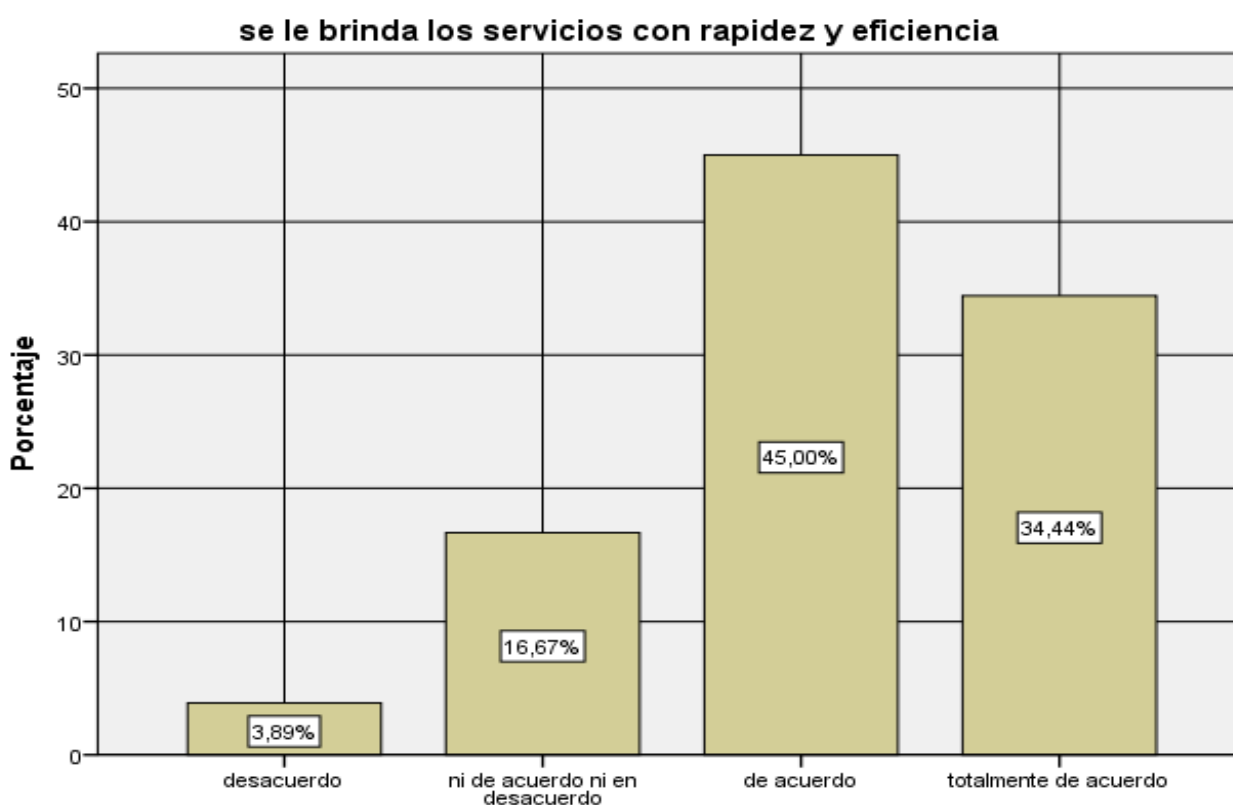
Interpretación:

De acuerdo con los datos proporcionados del 100% nos muestra que 47,2% de encuestados se sienten satisfechos con los resultados ofrecidos por parte del hospedaje por lo contrario hay 7,2% que no están de acuerdo con ello, puesto que no se les cumplió con lo prometió por parte del personal o encargados del hospedaje y 11,7% prefieren no opinar con respecto al tema.

Tabla N°18: Rapidez y eficiencia

se le brinda los servicios con rapidez y eficiencia				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje e válido	Porcentaje acumulado
Válido desacuerdo	7	3,9	3,9	3,9
ni de acuerdo ni en desacuerdo	30	16,7	16,7	20,6
de acuerdo	81	45,0	45,0	65,6
totalmente de acuerdo	62	34,4	34,4	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Figura N° 17: Rapidez y eficiencia



Interpretación:

En un total del 100% de encuestados, nos muestra que el 45% están de acuerdo con la rapidez de los servicios brindados dentro del hospedaje, de forma negativa nos indica que el 3,89% no están de acuerdo, puesto que tuvieron inconvenientes con los diversos servicios ofrecidos, ya sea en demora o que nunca se les brindo el servicio y el 16,67% prefieren no hablar del tema.

Pues bien el hospedaje Anra busca satisfacer las necesidades de los huéspedes en brevedad posible, pero existes factores que aún les impide tener a todos sus usuarios totalmente satisfechos, por el cual la organización debe trabajar arduamente para verificar que factores son los que están ocasionando todo esto.

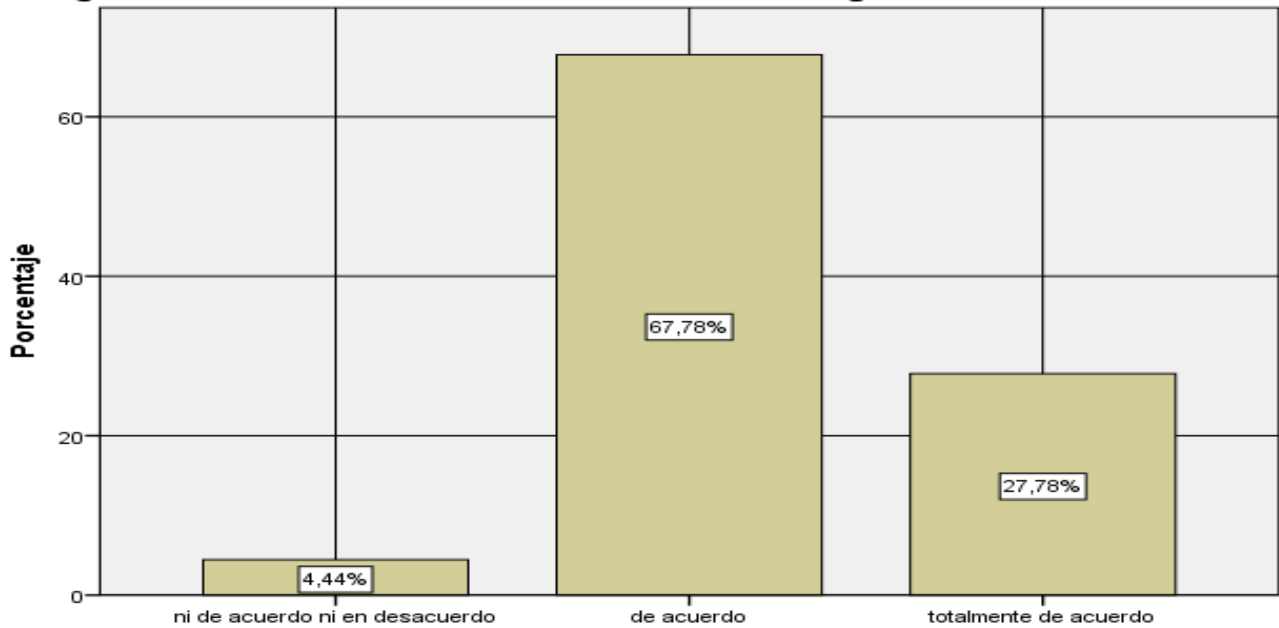
Tabla N°19: veracidad del registro de los huéspedes

la organización del establecimiento cuenta con un registro de datos sin errores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	4,4	4,4	4,4
de acuerdo	122	67,8	67,8	72,2
totalmente de acuerdo	50	27,8	27,8	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Figura N°18: veracidad del registro de los huéspedes

la organizacion del establecimiento cuenta con un registro de datos sin errores



Interpretación:

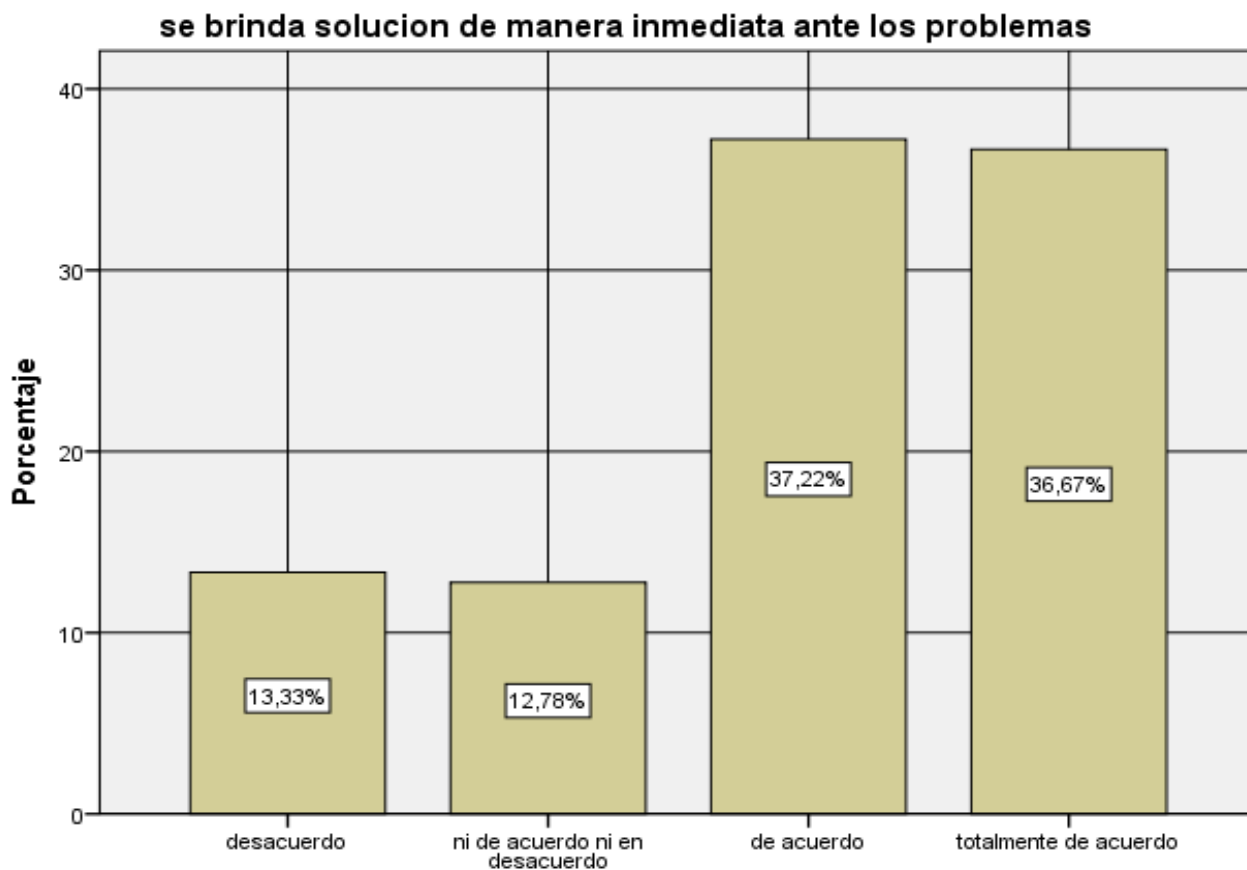
Del 100% de encuestados, 67,78% están de acuerdo que se les registra de forma adecuada al ingreso y salida del hospedaje, al igual que existe un 27,78% que manifestaron su satisfacción y orden del sistema empleado para su registro y el 4,4% prefirieron no manifestarse, siendo así que el hospedaje a pesar de tener sus carencias de tecnología, mantiene el orden y la supervisión de los huéspedes que ingresan al establecimiento, realizando su check in adecuado, dejando un DNI como comprobante de los huéspedes para el orden dentro de las instalaciones y la entrega de habitación en el tiempo pactado de acuerdo al reglamento del hospedaje

Tabla N°20: Eficiencia ante los problemas

se brinda solución de manera inmediata ante los problemas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido desacuerdo	24	13,3	13,3	13,3
ni de acuerdo ni en desacuerdo	23	12,8	12,8	26,1
de acuerdo	67	37,2	37,2	63,3
totalmente de acuerdo	66	36,7	36,7	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Figura N° 19: Eficiencia ante los problemas



Interpretación:

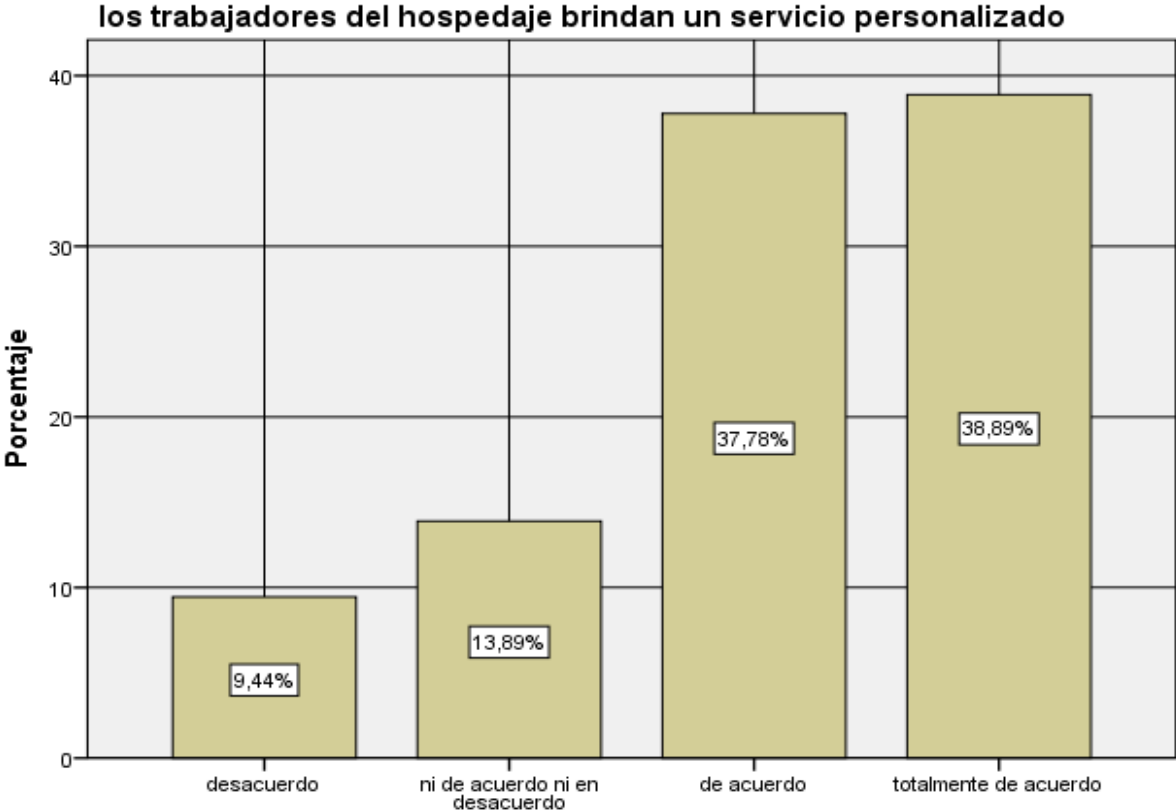
Según el gráfico adquirido, del 100% de encuestados, que 37,22% de huéspedes manifiestan que se les brindó un buen servicio y se les resolvió los inconvenientes presentados dentro del hospedaje de manera eficaz, mientras que un 13,33% manifestaron su incomodidad ante la solución brindada por parte de la organización y 12,8% prefieren no comentar acerca del tema.

Esto indica que el hospedaje Anra, está contando con algunas deficiencias y efectividad a la hora de resolver los problemas suscitados en tiempo corto, por el cual existen huéspedes insatisfechos y algunos que por alguna razón prefieren no dar su opinión.

Tabla N° 21: importancia de los huéspedes

los trabajadores del hospedaje brindan un servicio personalizado				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido desacuerdo	17	9,4	9,4	9,4
ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	13,9	13,9	23,3
de acuerdo	68	37,8	37,8	61,1
totalmente de acuerdo	70	38,9	38,9	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Figura N° 20: importancia de los huéspedes



Interpretación:

Del 100% de encuestados informan que el 38,89% de los usuarios están totalmente satisfechos con el servicio personalizado que brinda el hospedaje, Es así que la gran mayoría de huéspedes sienten que hay empatía con el personal, así mismo el 37,78% está conforme con la atención, por otro lado 9,4% de huéspedes están en desacuerdo, ya que en más de una oportunidad sintieron indiferencia por parte del dueño del hospedaje y 13,89% prefiere mantenerse al margen del tema.

El hospedaje es un lugar acogedor por la atención que día a día trata de brindar el personal pero de la misma forma las personas que conforman la organización tiene que brindar esa misma calidez y humildad para conseguir que la totalidad de huéspedes se sientas satisfechos con el servicio.

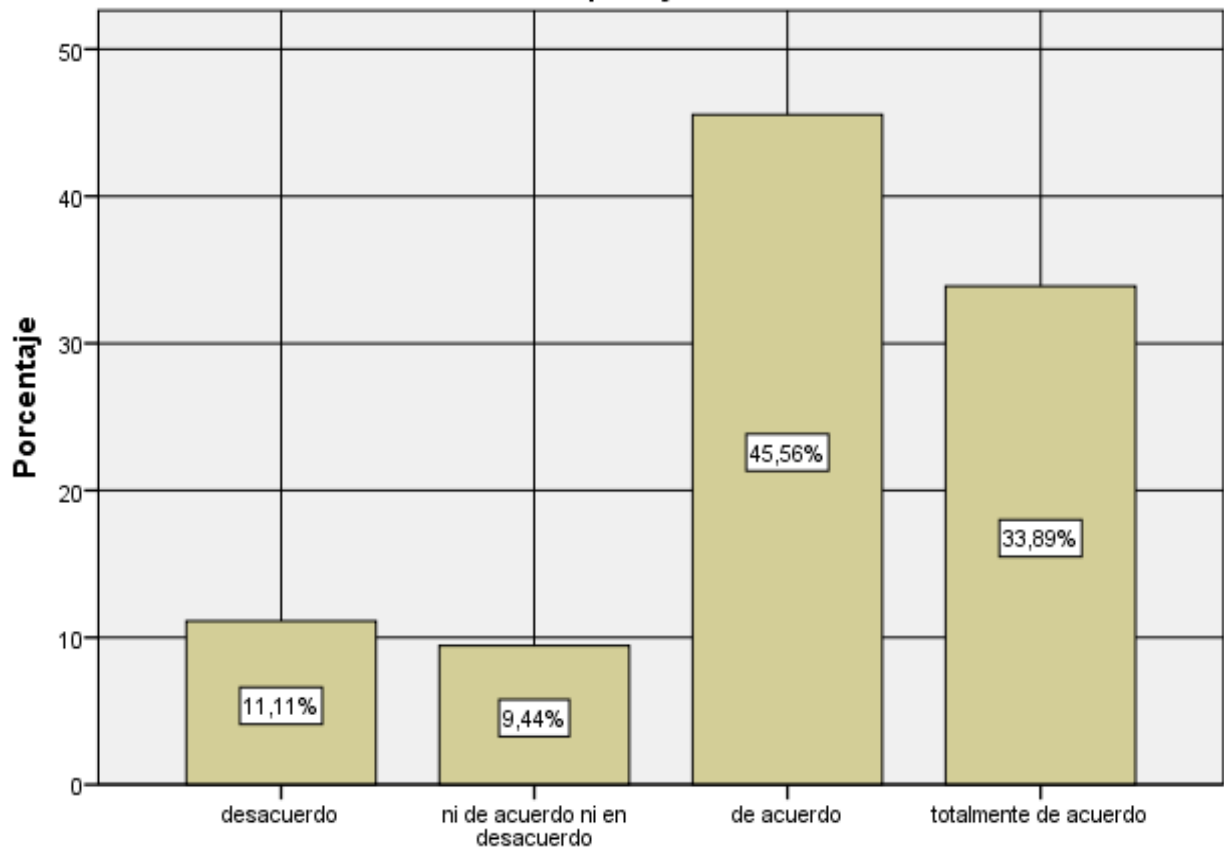
Tabla N°22: Prestación de servicio

se le brinda todos los servicios que se le ofreció al inicio de su llegada al hospedaje

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido desacuerdo	20	11,1	11,1	11,1
ni de acuerdo ni en desacuerdo	17	9,4	9,4	20,6
de acuerdo	82	45,6	45,6	66,1
totalmente de acuerdo	61	33,9	33,9	100,0
Total	180	100,0	100,0	

Figura N° 21: Prestación de servicio

se le brinda todos los servicios que se le ofrecio al inicio de su llegada al hospedaje



Interpretación:

En un total del 100% de encuestados, indican que el 45,56% están de acuerdo con respecto que la organización les brindó todos los servicios ofrecidos al ingreso del establecimiento, sin embargo 9,44% están en desacuerdo puesto que tuvieron inconvenientes con los servicios como el wifi, desayunos entre otras cosas y 11,11% prefieren no manifestar su opinión con respecto al tema.

De acuerdo con el grafico gran cantidad de huéspedes se sienten conformes con los servicios recibido a pesar que tuvieron inconvenientes dentro del tiempo de estancia dentro del establecimiento como son las redes de comunicación que solo en algunos lugares específicos se podía captar y en otros no, por ello que existen usuarios incomodos o no satisfechos con este servicio que se les ofreció al ingreso al hospedaje, al igual que el desayuno puesto que por la demanda de público en tiempos festivos no todos logran desayunar, así mismo el horario de desayuno no es flexible puesto que solo se brinda este servicio de lunes a sábado de 5 am a 8 am, cuando probablemente los usuarios están acostumbrados a levantarse un poco más tarde causando de esta forma alguna incomodidad.

IV. DISCUSION

En el presente trabajo de investigación, para la discusión de resultados se ha utilizado como base las tablas con los productos y la información redactada, con el propósito de mejorar la calidad de servicio en el Hospedaje Anra, puesto que no es necesario que este servicio sea glamoroso sino que basta que esto cumpla con las expectativas de los clientes (Lambin, 1995)

Por ende para obtener los resultados de la presente investigación se realizó cuestionarios basándose en el modelo HOTELQUAL, creados por los autores: Falces, Sierra, Briñol y Becerra en el año 1999, los cuales sirvieron para obtener resultados de manera eficiente y veraz, que han sido construidas en base a algunos indicadores de la escala SERVQUAL, buscando así obtener resultados de la percepción de los usuarios de forma puntual.

De acuerdo a los sobresalientes resultados en el presente trabajo, podemos determinar que el servicio que se brindó en el hospedaje de Anra fue regular, con algunos factores buenos que resaltar como fue la atención brindada durante la estadía de los usuarios en el citado hospedaje donde estos estuvieron de acuerdo con las 3 dimensiones personales, instalación y organización, pero no totalmente satisfechos, así mismo los resultados fueron similares.

El personal del hospedaje Anra; es un aspecto de suma importancia y de acuerdo con Menéndez (2015) señala que la calidad ya no se concentra únicamente en el producto, sino empieza a conformar parte de las personas que trabajan dentro de alguna organización de forma directa o indirectamente en las cuales obtienen diversas responsabilidades para poder satisfacer las necesidades del cliente, donde se plantearon preguntas a los huéspedes con respecto a la dimensión, la mayoría expresaron estar de acuerdo con la atención brindada en el hospedaje, es así que el personal presenta disposición en ayudar a los clientes, donde el 60 % de huéspedes están de acuerdo con la ayuda o intención que ellos tienen para hacer su estadía maravillosa; de igual forma cuando hablamos del interés que pueda tener el personal en conocer las necesidades de los huéspedes podemos decir que la respuesta que percibe los huéspedes fue conforme puesto que más del 53,33% estuvieron de acuerdo, en otro de los indicadores realizados en las

encuestas es la confianza que transmiten los trabajadores del hospedaje a los huéspedes donde el 57,22% están totalmente satisfechos con este aspecto, sobre que piensan de la apariencia del personal del hospedaje por el cual 42,8% se encuentran de acuerdo con la apariencia que lucen los trabajadores del hospedaje, teniendo una minoría de 8,3% de personas que no están de acuerdo con el aspecto de ello puesto, que están acostumbrados a asistir a otro tipo de hospedajes; siendo este indicador que presente mayor caída en porcentajes a pesar de ello se obtuvo resultados regulares puesto que los resultados salientes de los gráficos, solo muestran que los usuarios están de acuerdo, mas totalmente satisfechos con el personal y el hospedaje, por lo cual se debe seguir trabajando para lograr los objetivos trazados. Por otro lado Santiago y Vela (2015) en su investigación “análisis de la calidad de servicio de los usuarios de Cumaceba lodge – Iquitos” indica que tras realizar encuestas para conocer las expectativas y percepciones de los huéspedes obtuvieron que la mayoría de ellos están conformes y se sienten satisfechos con la atención del personal en hospedaje, puesto que la mayoría recibió un buen trato y atención por parte del personal de Cumaceba lodge, Por otro lado Mesones y Saldaña(2014) en su investigación “calidad de servicio brindado por un hotel, desde la perspectiva del cliente – Chiclayo” donde utilizaron de igual forma el método descriptivo basándose en el modelo SERVQUAL donde buscaban medir la percepción y expectativas de los huéspedes sus resultados no fueron favorables con respecto a las expectativas de los consumidores puesto que no se ha superado el principio de la satisfacción en todas las dimensiones pero a pesar de ello puede ser corregido. Según Denton (1991) dice que el trabajador es el aspecto visible del servicio de calidad, de igual forma el principal responsable del sistema de servicio, desfavorablemente indica que mucho de ellos no son remunerados correctamente.

Cuando hablamos de la dimensión instalación, Martínez (2013) indica que son áreas tangibles de un proveedor, no solo conforma el espacio físico de donde se ubica el establecimiento sino donde se lleva acabo lo organizado sin dejar de lado la estructura que puede ser variable. De acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas acerca este indicador con diversos ítems, las cuales nos ayudaron a conocer la percepción de los huéspedes como es el caso del aspecto que tiene

el hospedaje , como atracción visual para ellos , obteniendo así que el 68,3% de huéspedes están de acuerdo con el aspecto que tiene el establecimiento ya que hablamos de un hospedaje que está ubicado en provincia, de igual forma los huéspedes respondieron a otro de los ítems como es el caso de confort que los usuarios pudieron percibir durante su estadía dentro de las instalaciones del hospedaje, teniendo así que el 51,7% están de acuerdo , por lo mismo que ellos asisten a estos lugares no para obtener todas las comodidades que un hotel de 3,4 o 5 estrellas les pueda facilitar sino para experimentar costumbres diferentes, pero que a pesar de ello todo se encuentra en buen estado como así mismo ellos respondieron en su mayoría que fue el 63,9% de huéspedes alojados en tiempo festivo del mes de octubre Es así que Ramos(2015) en su investigación titulada “ caracterización de la calidad de servicio bajo el modelo SERVQUAL en MYPE del sector – hospedajes del distrito Juliaca” los cuales tuvieron como resultados que el 54,74% de los huéspedes no les parece como están elaboradas las instalaciones del hospedaje y el 56,32% de los huéspedes consideran que es fácil de entender las necesidades que puedan tener dentro del alojamiento y el 46,84% de clientes están a favor de la atención y la capacidad de respuesta por parte de los colaboradores del alojamiento , por lo que se indica que el hospedaje cuenta con muchas deficiencias e insuficiencia de calidad de servicio pero manejable. Estos resultados tiene mucha similitud al de nuestro hospedaje estudiado, puesto que a pesar de tener clientes conforme no se logra obtener la totalidad de usuarios totalmente satisfechos por lo cual se debe tener en cuenta para mejorar el servicio Por ello que Well (2003) dice que los servicios contienen condiciones especiales, como elementos tangibles, capacidad de respuesta, empatía, fiabilidad y seguridad, las mismas que es considerado por los clientes para generar un concepto respecto a la calidad de servicio.

Así mismo, la última dimensión es la organización, que forma parte importante del establecimiento, ya que depende de ello, el funcionamiento del alojamiento que de acuerdo con los resultados de la encuesta realizada, indica que gran parte de huéspedes están conformes con la forma de trabajar del establecimiento como es en el caso de la privacidad donde el 48,89% está totalmente de acuerdo, a ello refiere que respetan su intimidad desde el momento que ingresan al hospedaje,

de igual forma el compromiso de los encargados del hospedaje tienen con los huéspedes a ello indican que el 47,2% están conformes puesto que el dueño del hospedaje el Sr Casimiro Hidalgo, trata de cumplir con todo lo ofrecido a los huéspedes en el tiempo pactado, para no tener contratiempos y no quedar mal con los usuarios, pero lamentablemente no todos los servicios ofrecidos trabajan correctamente como el caso de las redes de comunicación, así mismo la rapidez y eficiencia de los servicios brindados tuvo resultados de 45% de huéspedes que están satisfechos con la atención; con respecto a los servicios según Donald (2004) indica que la organización está determinada por el vínculo de negocio en un entorno económico inmersas a las actividades de las personas que se interrelacionan con una actividad en común, de acuerdo con ello el modelo "Service profit chain" efectuado en el año 1980 por Heskett, Sasser y Schlesinger, ilustres miembros de Harvard Business School e investigadores de la administración de servicios , indican con este modelo americano se debe orientar a los gerentes de empresas que direccionen sus líneas socioeconómicas por la satisfacción y lealtad comercial del cliente y de esa forma alcanzar los altos estándares de impacto competitivo dentro del mercado.

V. CONCLUSIONES

Se concluye que la calidad de servicio del hospedaje Anra es regular ya que los huéspedes mostraron un grado de aceptación en la atención recibida durante su estadía, por el cual, podemos optimizar el servicio de los colaboradores sin embargo, a pesar de que tienen buena atención, solo logra tener usuarios conformes con los servicios recibidos, pero en gran parte de las encuestas realizadas y en los mismos resultados indican que los huéspedes están de acuerdo mas no totalmente satisfechos con los servicios recibidos, esto probablemente se debe a la falta de conocimiento de los estándares de calidad ya que no logran sobre pasar las expectativas que pudieron tener al momento de ingresar al hospedaje .

El personal es una dimensión de gran importancia en toda empresa de servicio; es así que debe estar preparado para brindar una atención especializada y profesional. Por ende los usuarios del hospedaje Anra se encuentran en su mayoría conformes con el desempeño de los colaboradores puesto que muestran interés en resolver los problemas presentados de forma eficaz, pero sin antes recalcar que se debe trabajar en conjunto para un mejor servicio, así mismo se busca tener clientes fiables que puedan recomendar al hospedaje.

Referente a las instalaciones, se concluyó que la implementación de las habitaciones, en un ambiente higiénico y cómodo brinda confort a los huéspedes, más aún, si el área de recepción es cómoda y dinámica. Es así que el hospedaje cuenta con zonas seguras y todos los documentos en orden y fiscalizados por el municipio del distrito por otro lado uno de los problemas frecuentes en el hospedaje es la falta de redes de comunicación (wifi) por los cuales los huéspedes sienten un poco de molestia durante su estadía.

Respecto a la organización, podemos concluir que la gran parte de huéspedes se encuentran satisfechos ante la interacción constante con la parte administrativa, manteniendo un lazo familiar. De igual forma el respeto de la privacidad hacia los usuarios y la seguridad brindada en el hospedaje hacen que los huéspedes se sientan seguros, por otro lado el hospedaje tiene aspectos para seguir mejorando las cuales se irá realizando con el paso del tiempo.

VI. RECOMENDACIONES

- El personal debe recibir una capacitación, referente a la misión, visión e historia del hospedaje Anra; para que pueda transmitir al cliente información necesaria que haga sentir su estadía cómoda y llena de mística.
- Por otro lado, se establece que la mayor inversión de toda empresa moderna es el recurso humano por ello el hospedaje Anra debe generar políticas con incentivos laborales y premios por gestión generando la motivación y esfuerzo en el personal interno
- Desarrollar un programa de selección del personal para diferentes área del hospedaje, de igual forma con un continuo monitoreo para velar por el cumplimiento de las funciones del citado personal
- Mejorar la infraestructura en un ambiente rural acorde a la región, teniendo un panorama histórico en concordancia con la cultura del pueblo de Anra, con el objeto de ofrecer a los huéspedes un aspecto cómodo y novedoso, siendo un instrumento de atracción para los visitantes del pueblo de Anra.
- Contratar los servicios de telefonía como una empresa que brinde servicio de internet que es básico para cualquier visitante sobre todo si no es de la zona, para que pueda mantener comunicación con sus parientes.
- En caso de la gerencia o directorio del hospedaje Anra, se pretende concientizar para que tengan un mayor compromiso y que sigan participando de las actividades del hospedaje, creando así un lazo amical con los clientes.
- La gerencia del hospedaje puede desarrollar programas turísticos que incluyan transporte y guía en las principales zonas del lugar.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Alcalde (2009) *Calidad*, recuperado de:

<https://books.google.com.pe/books?id=M4KKceSe3f4C&printsec=frontcover&dq=calidad&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwjkeTfpvLUAhXBMj4KHVR0CPIQ6wEIITAA#v=onepage&q=calidad&f=false>

Almeida, Barcos & Castilla (2006) *Gestión de la calidad de los procesos turísticos*, p.280 – 293

Anfardini M. (2004) *Calidad en Hoteles de San Martín de los Andes, Patagonia, Argentina*, recuperado de:

<http://170.210.83.98:8080/jspui/bitstream/123456789/170/1/Artículo%207%20-%20Zanfardini.pdf>

Bayo A. & Merino J. (2002) *Administración de Recursos Humanos, 2da edición*, Recuperado de:

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/escamilla_a_m/capitulo2.pdf

Bagazo V (2006) *¿Cómo medimos el servicio?*, recuperado de:

<http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/9227/8051>

Boisier, S. (2005) *¿Hay espacio para el desarrollo local en la globalización?*

recuperado de,

http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/11068/1/086047062_es.pdf

Campbell D. & Stanley S. (1996) *Diseño Experimental y casi experimentales en la investigación social*, recuperada de:

<https://Sociologiaycultura.Files.Wordpress.Com/2014/02/Campbell-Stanleydisec3b1os-Experimentales-Y-Cuasiexperimentales-En-La-Investigacion3b3n-Social.Pdf>

Castañeda (2005) *La calidad la hacemos todos*, recuperado de:

https://books.google.com.pe/books?id=Kmokdsk2fr8c&Printsec=Frontcover&Dq=Calidad&HI=Es419&Sa=X&Ved=0ahukewi0uepr_Luahvmpz4khwchdbm4chdoaqgqmai#V=Onepage&Q=Calidad&F=False

Crisologo A. (2016) "*Calidad de servicio en el hotel & casino la hacienda, en el distrito de Miraflores*". Universidad Cesar Vallejo- Lima, pág. 112-115

Donald, J (2004) *La empresa moderna: organización , estrategia y resultados*, recuperado de

<https://books.google.com.pe/books?id=VZ0ApIFi4LIC&printsec=frontcover&dq=organizacion+de+un+empresa&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwieko2j7IbUAhWF4iYKHWHyAOwQ6AEIJjAB#v=onepage&q=organizacion%20de%20un%20empresa&f=false>

Denton K. (1991) *Calidad En El Servicio A Los Clientes*, Recuperado De:

https://books.google.com.pe/books?id=Y3ywnhrzw0c&Printsec=Frontcover&Dq=Calidad+De+Servicio&HI=Es419&Sa=X&Sqi=2&Pjf=1&Ved=0ahukewjep eogt_Luahvjz4khsrddlaq6aeimzae#V=Onepage&Q=Calidad%20de%20servicio&F=False

Falces C. Sierra B. Becerra A. & Briñol P. (1999) *Modelo Hotelqual, medir la calidad de Servicio en Hoteles*, recuperado de: <https://www.aiteco.com/hotelqual-calidad-de-servicio-en-hoteles/>

Gavilanes M.(2009) *Estudio de satisfacción en la calidad del servicio para medir la relación que existe entre el cliente interno y externo de la dirección provincial del Guayas del instituto Ecuatoriano de seguridad social (IESS)*, recuperado de:

<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10462/2/Tesis%20Satisfacci%C3%B3n%20del%20Cliente%20Interno%20y%20Externo%20en%20el%20IESS-Presentaci%C3%B3n.pdf>

- García, R (2010) *SPSS: Análisis de fiabilidad*, recuperado de http://www.uv.es/innomide/spss/SPSS/SPSS_0801B.pdf
- George, D & Mallery, P. (2003) *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference*. Update (4th Ed.). Boston: Allyn & Bacon. Recuperado de: <http://www.uv.es/~friasnav/AlfaCronbach.pdf>
- Griful, E & Canela, M (2002) *Gestión de calidad* 1er edición (libro) recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=2cP2SvNsDkEC&printsec=frontcover&q=eulalia+griful+y+miguel+angel+canela++campos+2002&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwiB1p_D1IbUAhVEyyYKHRPYC5UQ6AEIIDA#v=onepage&q&f=false
- Hernández, R. Fernández, C. & Baptista, P. (2010) *Metodología de la investigación*. 5ta. Edición. México: Mc Graw Hill.
- Hoffman. K & Bateson. J (2012) *Marketing de servicios, Conceptos, Estrategias y casos*. 4ta edición, p. 89 .92
- Lambín, J. (1995) *"Marketing Estratégico"*, Tercera Edición, Mc Graw Hill, Madrid. Pag. 156.
- Larreda, A. (1991) *Calidad de servicio del marketing a la estrategia*, recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=hJVcH5nSp0C&printsec=frontcover&q=calidad+de+servicio&hl=es419&sa=X&sqi=2&pj=1&ved=0ahUKEwjEpeOGt_LUAhVJbz4KHSrDDIAQ6AEIIDA#v=onepage&q=calidad%20de%20servicio&f=false
- Menéndez, M. (2015) *Servicio al cliente y todo lo que hay que saber*, recuperado de: <https://es.linkedin.com/pulse/servicio-al-cliente-todo-lo-que-hay-saber-mariano-men%C3%A9ndez>
- Martínez, I. (2013) *Distribución de las instalaciones y capacidad productiva en la empresa (artículo)* Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/distribucion-de-las-instalaciones-y-capacidad-productiva-en-la-empresa/>

- Merino, D. (2002) *Las prácticas de recursos humanos de alto compromiso*, p. 227-246
recuperado de: <file:///C:/Users/Home/Downloads/Dialnet-LasPracticasDeRecursosHumanosDeAltoCompromiso-265965.pdf>
- Mesones, H. (2014) *Calidad de los servicios brindados por un hotel tres estrellas, desde la perspectiva del cliente. Chiclayo, julio – septiembre, 2014*, p.124
- Mesones, Z. & Saldaña, G. (2014) *Calidad de los servicios brindados por un hotel tres estrellas, desde la perspectiva del cliente. Chiclayo. Julio-septiembre*,
Recuperado de: <http://www.umb.edu.pe/index.php/grados-y-titulos-2/tesis-sustentadas/>
- Miranda, M, Chamorro, M. &Rubio, L. (2007) *Modelo Servqual*, recuperado de:
<file:///C:/Users/Tomy/Downloads/12532-43762-1-PB.pdf>
- Morillo, M (2007) *Análisis de la calidad del servicio hotelero mediante la Escala de SERVQUAL (artículo)* recuperado de:
<http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/25152/2/articulo8.pdf>
- Parasuraman, A. & Berry, L.; *Calidad total en la gestión de los servicios*. Editorial Díaz de Santos. 1995.
- Paz, C. (2005) *Servicio al cliente, la comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente*, recuperado de:
https://books.google.com.pe/books?id=3hovRPM1Di0C&printsec=frontcover&dq=servicio&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwjkmvOPs_LUAhVJHT4KHcU_BF4Q6AEIJDAB#v=onepage&q=servicio&f=false
- Ramos, P. (2015) *Caracterización de la calidad de servicio bajo el modelo SERVQUAL en MYPE del sector-rubro hospedajes del distrito de Juliaca*,
recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/524>
- Rojas, S. (1996) *Guía para realizar relaciones sociales*, recuperado de:
<http://raulrojassoriano.com/cuallitlanezi/wp-content/themes/raulrojassoriano/assets/libros/guia-realizar-investigaciones-sociales-rojas-soriano.pdf>

- Santiago, P. & Vela, L. (2015) *Análisis de la calidad del servicio de los usuarios de Cumaceba Lodge – Iquitos*, recuperado de: <http://www.amauta-international.com/Excelencia%20en%20Servicio.htm>
- Tigani, D. (2006) *Camino hacia la excelencia en el servicio*, recuperado de: http://www.laqi.org/pdf/libros_coaching/Excelencia+en+Servicio.pdf
- Vallin, F. (2013) *El control de calidad de general electric en schenectady, Nueva York*”, recuperado de: <http://www.pablogiugni.com.ar/httpwwwpablogiugnicomarp91/>
- Ventura S. (2008) *“Propuesta de mejora en la calidad de servicio para el departamento de recepción en un hotel de gran turismo*, recuperado de: <http://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/4027/PROPUESTAMEJORAHOTEL.pdf?sequence=1>
- Weil, G. (2003) *Medición de la calidad de servicio*, recuperado de: https://www.ucema.edu.ar/posgrado-download/tesinas2003/MADE_Weil.pdf
- Welch F. & Comer A. (1988) *metodología de la investigación*, 5ta edición, p.283
- Zanfardini, M. (2004) *Calidad en hoteles de San Martín de los Andes, Patagonia, Argentina* (tesis de licenciatura) universidad nacional del Comahue, Neuquen, Argentina.
- Zeithaml, V., Bitner, M.J. & Gremler, D. (2009). *Marketing de servicios*. (5ª edición). México D.F.: McGraw-Hill.

VII ANEXOS: Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	DISEÑO METODOLÓGICO
<p>PROBLEMA GENERAL: ¿Cómo es la calidad de servicio en el hospedaje Anra en el distrito de Anra provincia de Huari departamento de Ancash, 2017?</p> <p>PROBLEMA ESPECÍFICO: ¿Cómo es la calidad de servicio con respecto al personal en el hospedaje Anra en el distrito de Anra provincia de Huari</p>	<p>OBJETIVO GENERAL: Determinar la calidad de servicio en el hospedaje Anra en el distrito de Anra provincia de Huari departamento de Ancash, 2017.</p> <p>OBJETIVOS ESPECIFICOS Analizar la calidad de servicio brindado por parte del personal del hospedaje Anra en el distrito de Anra provincia de Huari</p>	<p>CALIDAD DE SERVICIO</p> <p>SUSTENTO TEÓRICO</p> <p>MODELO HOTELQUAL</p>	<p>PERSONAL</p> <p>ORGANIZACIÓN</p>	<p>Capacidad de respuesta</p> <p>Empatía</p> <p>Comprensión</p> <p>Competencia de profesionalidad</p> <p>Disponibilidad</p> <p>Confianza</p> <p>Higiene</p> <p>Apariencia</p> <p>Conservación</p> <p>Confort</p> <p>Seguridad</p> <p>limpieza</p>	<p>Tipo de investigación: De nivel descriptivo</p> <p>Población: 180 huéspedes</p> <p>Caracterización de Sujetos: Fiestas patronales Turismo Conexiones con otros pueblos</p> <p>Muestreo: Probabilístico aleatorio simple</p>

<p>departamento de Ancash, 2017?</p> <p>¿Cómo es la calidad de las instalaciones del hospedaje Anra en el distrito de Anra provincia de Huari departamento de Ancash, 2017?</p> <p>¿Cómo es la calidad de servicio en la organización del hospedaje Anra en el distrito de Anra provincia de Huari departamento de Ancash, 2017?</p>	<p>departamento de Ancash, 2017</p> <p>Definir como es la calidad de las instalaciones del hospedaje Anra en el distrito de Anra provincia de Huari departamento de Ancash, 2017.</p> <p>Determinar la calidad de la organización que existe en el hospedaje Anra en el distrito de Anra provincia de Huari departamento de Ancash, 2017.</p>		<p>INSTALACION</p>	<table border="1"> <tr><td>Facilidad de información</td></tr> <tr><td>Respeto</td></tr> <tr><td>Disposición</td></tr> <tr><td>Rapidez</td></tr> <tr><td>Veracidad</td></tr> <tr><td>Eficiencia</td></tr> <tr><td>Importancia del cliente</td></tr> <tr><td>Prestación de servicio</td></tr> </table>	Facilidad de información	Respeto	Disposición	Rapidez	Veracidad	Eficiencia	Importancia del cliente	Prestación de servicio	<p>Diseño: No experimental</p> <p>Instrumento: cuestionario</p>
Facilidad de información													
Respeto													
Disposición													
Rapidez													
Veracidad													
Eficiencia													
Importancia del cliente													
Prestación de servicio													

ANEXO 2 - A

Validación de Docentes Expertos en Calidad de Servicio

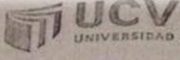

UCV
 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
 ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

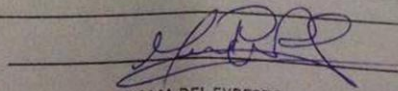
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS
 Lima, 15 de JUNIO del 2017

Apellido y nombres del experto: RUIZ PALACIOS, MARGARITA
 DNI: 43678006
 Teléfono: _____
 Título/grados: Ag. Administración
 Cargo e institución en que labora: DTC - UCV

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en las columnas de SÍ o NO.


ITEM	APRECIA		OBSERVACIONES
	SÍ	NO	
1 ¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?	X		
2 ¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?	X		
3 ¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4 ¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la(s) variable(s) de estudio?	X		
5 ¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se desprenden con cada uno de los indicadores?	X		
6 ¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema y en un marco teórico?	X		
7 ¿el diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?	X		
8 ¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?		X	
9 ¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?	X		

SUGERENCIAS: _____


 FIRMA DEL EXPERTO

ANEXO 2 - B

Validación de Docentes Expertos en Calidad de Servicio



UCV
UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 15 de junio del 2017

Apellido y nombres del experto: Tovar Zacarias Valos

DNI: 10139218

Teléfono: 997050407

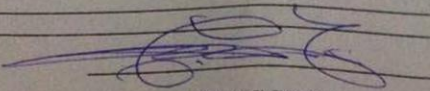
Título/grados: Magister en Administración

Cargo e institución en que labora: Docente UCV

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en las columnas de SÍ o NO.

ITEM	APRECIA		OBSERVACIONES
	SÍ	NO	
1	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	

SUGERENCIAS: _____


 FIRMA DEL EXPERTO

ANEXO 2 - C

Validación de Docentes Expertos en Calidad de Servicio



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 22 de junio del 2017

Apellido y nombres del experto: Zevallos Gallardo, Z. Verónica.

DNI: 41726975

Teléfono: 986159183

Título/grados: Mg. Docencia Universitaria

Cargo e institución en que labora: Docente - UCV

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO.

ITEM	APRECIA		OBSERVACIONES
	SÍ	NO	
1	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
9	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

SUGERENCIAS: _____



 FIRMA DEL EXPERTO

ANEXO 3

INSTRUMENTO

Cuestionario a los Huéspedes del Hospedaje Anra del Distrito de Anra-Huari-Ancash.

CUESTIONARIO

Deberá marcar con una X el valor de calificación correspondiente, donde

0 = totalmente en desacuerdo, 1 = desacuerdo, 2 = ni de acuerdo ni en desacuerdo, 3 = de acuerdo, 4 = totalmente de acuerdo

N°	DIMENSIONES E ITEMS	ESCALA DE CLASIFICACION				
		0	1	2	3	4
PERSONAL						
1	El personal del hospedaje Anra cuenta con la disposición para ayudarlo.					
2	Ante algún problema el personal se preocupa por resolverlos en el tiempo deseado.					
3	En el hospedaje Anra el personal muestra interés en conocer sus necesidades durante su estadía.					
4	El personal del hospedaje trabaja de manera profesional brindando un buen servicio.					
5	Los trabajadores del hospedaje cuentan con la disposición de brindarle información cuando usted lo requiere.					
6	El comportamiento de los trabajadores del hospedaje brinda la confianza que usted requiere durante el tiempo de su estadía.					
7	Los trabajadores del hospedaje cuentan con un aspecto limpio y pulcro.					
INSTALACIONES						
8	Las instalaciones físicas del hospedaje Anra son atractivo de manera visual.					
9	El hospedaje Anra cuenta con sus instalaciones en buen estado.					
10	El hospedaje Anra brinda el confort requerido a los huéspedes con respecto a sus instalaciones.					
11	Se siente seguro dentro de las instalaciones del hospedaje.					
12	El establecimiento cuenta con la limpieza necesaria en sus instalaciones.					
ORGANIZACIÓN						
13	Dentro del hospedaje se le brinda información completa					

	acerca los diversos servicios que solicite el huésped.					
14	Dentro del establecimiento se respeta la privacidad de los huéspedes.					
15	Cuando los encargados del hospedaje se comprometen en algo lo realizan en el tiempo establecido.					
16	Se le brinda los servicios con rapidez y eficacia.					
17	La organización del establecimiento cuenta con un registro de datos sin errores.					
18	Se brinda solución de manera inmediata ante los problemas.					
19	Los trabajadores del hospedaje brindan un servicio personalizado.					
20	Se le brinda todos los servicios que se le ofreció al inicio de su llegada al hospedaje.					

ANEXO 4

Estadísticas de fiabilidad

Para nuestro estudio de investigación se realizó el análisis Alpha de Cronbach para conocer la fiabilidad de nuestro instrumento en el cual nos arrojó como resultado 0,705 donde, según el rango es aceptable según George y Mallery (2003), puesto que se encuentra por encima de 0,7

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,705	20

Fuente: elaboración propia en SPSS, 2017

ANEXO 5

IMAGEN DE SPSS

	empatia	resolucion del problema	conocimiento del personal	profesionalismo	informacion proporcionada	confiabilidad	higiene	apariencia	conservacion	confort	seguridad	limpieza	facilidad de informacion	respeto	disposicion
1	3	3	3	2	4	3	1	1	3	2	4	2	3	3	3
2	3	2	2	4	2	3	2	3	4	3	2	2	3	3	3
3	4	4	4	3	2	4	3	2	3	3	4	3	4	4	4
4	2	2	2	3	2	3	2	4	3	3	2	4	4	3	2
5	2	3	1	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	2	1
6	4	2	4	2	3	2	3	2	3	4	3	4	3	3	3
7	4	3	3	3	4	4	1	3	3	3	2	3	4	4	3
8	2	2	4	3	3	4	3	1	4	2	3	4	3	3	2
9	4	2	2	4	3	3	4	3	4	3	3	2	4	4	3
10	3	3	4	3	2	4	3	3	3	4	1	2	3	3	1
11	3	2	3	2	3	1	3	1	4	2	2	4	3	3	3
12	2	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	2
13	3	2	1	4	3	4	3	3	1	4	1	3	3	4	4
14	4	3	3	4	4	3	3	4	3	1	4	3	2	3	1
15	3	3	4	3	1	2	2	3	3	3	1	4	3	1	4
16	4	1	3	2	3	3	2	4	3	4	4	3	2	3	2
17	3	3	3	1	3	1	3	3	4	4	3	3	4	1	3
18	1	3	1	2	4	3	2	2	3	1	3	1	1	4	2
19	3	2	3	2	2	1	1	3	4	1	2	2	4	2	4
20	4	2	3	4	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3
21	3	1	4	3	4	4	2	3	3	2	3	4	3	4	4
22	3	3	3	3	1	4	3	3	2	4	3	4	4	4	3

	empatia	resolucion del problema	conocimiento del personal	profesionalismo	informacion proporcionada	confiabilidad	higiene	apariencia	conservacion	confort	seguridad	limpieza	facilidad de informacion	respeto	disposicion	solucion
25	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4
26	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3
27	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3
28	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3
29	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3
30	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4
31	3	3	3	2	4	3	1	3	2	4	2	3	3	3	2	4
32	3	2	2	4	2	3	2	3	4	3	2	2	3	3	3	4
33	4	4	4	3	2	4	3	2	3	3	4	3	4	4	4	3
34	2	2	2	3	2	3	2	4	3	3	2	4	4	3	2	4
35	2	3	1	3	3	3	3	4	3	4	2	3	2	1	2	4
36	4	2	4	2	3	2	3	2	3	4	3	4	3	3	4	4
37	4	3	3	3	4	4	1	3	3	2	3	4	4	4	3	3
38	2	2	4	3	3	4	3	1	4	2	3	4	3	3	2	2
39	3	4	2	4	3	3	4	3	4	3	3	2	4	4	3	2
40	4	3	3	3	1	4	3	3	2	4	3	4	4	4	3	3
41	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4
42	4	2	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3
43	3	2	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4
44	3	1	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3
45	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3
46	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3

Fuente propia, 2017

Fuente propia, 2017

52: higiene

	empatia	resolucion del problema	conocimiento del personal	profesionalismo	informacion proporcionada	confiabilidad	higiene	aparencia	conservacion	confort	seguridad	limpieza	facilidad de informacion	respeto	disposicion	resolucion
90	3	2	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4
91	3	2	2	4	3	3	4	3	4	3	3	2	4	4	3	2
92	4	3	3	3	1	4	3	3	2	4	3	4	4	4	3	3
93	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4
94	3	3	3	2	4	3	1	1	3	2	4	2	3	3	3	2
95	3	2	2	4	2	3	2	3	4	3	2	2	3	3	3	4
96	4	4	4	3	2	4	3	2	3	3	4	3	4	4	4	3
97	4	2	4	2	3	2	3	2	3	4	3	4	4	4	3	3
98	4	3	3	3	4	4	1	3	3	3	2	3	4	4	3	4
99	2	2	4	3	3	4	3	1	4	2	3	4	3	3	2	2
100	4	2	2	4	3	3	4	3	4	3	3	2	4	4	3	2
101	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4
102	4	2	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3
103	3	2	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4
104	3	1	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3
105	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3
106	3	2	2	4	2	3	2	3	4	3	2	2	3	3	3	4
107	4	4	4	3	2	4	3	2	3	3	4	3	4	4	4	3
108	4	3	3	3	1	4	3	3	2	4	3	4	4	4	3	3
109	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4
110	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3
111	4															

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Process or está listo Casos: 100 Unicode: ON

11:41 p. m. 11/10/2017

Fuente propia, 2017

132: prestaciones servi... 4

	empatia	resolucion del problema	conocimiento del personal	profesionalismo	informacion proporcionada	confiabilidad	higiene	aparencia	conservacion	confort	seguridad	limpieza
111	3	1	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4
112	4	2	4	2	3	2	3	2	3	4	3	4
113	4	3	3	3	4	4	1	3	3	3	2	3
114	2	2	4	3	3	4	3	1	4	2	3	4
115	4	2	2	4	3	3	4	3	4	3	3	2
116	3	3	4	3	2	4	3	3	3	4	1	2
117	3	2	3	2	3	1	3	1	4	2	2	4
118	3	3	3	2	4	3	1	1	3	2	4	2
119	3	2	2	4	2	3	2	3	4	3	2	2
120	4	4	4	3	2	4	3	2	3	3	4	3
121	2	2	2	3	2	3	2	4	3	3	2	4
122	2	3	1	3	3	3	3	3	4	3	4	2
123	4	2	3	4	2	3	2	3	3	3	2	3
124	3	1	4	3	4	4	2	3	3	2	3	4
125	3	3	3	3	1	4	3	3	2	4	3	4
126	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4
127	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4
128	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4
129	3	2	3	4	3	4	4	3	3	4	3	2
130	3	2	2	4	3	3	4	3	4	3	4	4
131	4	3	3	3	1	4	3	3	2	4	3	4
132	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4

Vista de datos Vista de variables

Fuente propia, 2017

emivar spss.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

132: prestacioneservi_4

	empatia	resolucion del problema	conocimiento del personal	profesionalismo	informacion proporcionada	confiabilidad	higiene	apariencia	conservacion	confort	seguridad	limpieza
134	3	2	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4
135	3	3	4	3	2	4	3	3	3	4	1	2
136	3	2	3	2	3	1	3	1	4	2	2	4
137	2	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3
138	3	2	1	4	3	4	3	3	4	3	3	4
139	4	3	3	4	4	3	3	3	1	4	1	3
140	3	3	4	3	1	2	2	3	3	1	4	3
141	4	3	3	3	1	4	3	3	2	3	1	4
142	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4
143	4	2	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3
144	3	2	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3
145	3	1	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3
146	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3
147	2	3	1	3	3	3	3	3	4	3	4	3
148	4	2	4	2	3	2	3	2	3	4	3	4
149	4	3	3	3	4	4	1	3	3	3	2	3
150	2	2	4	3	3	4	3	1	4	2	3	4
151	4	2	2	4	3	3	4	3	4	3	3	2
152	3	3	4	3	2	4	3	3	3	4	1	2
153	3	3	4	3	1	2	2	3	3	3	1	4
154	4	1	3	2	3	3	2	4	3	4	4	3
155	3	3	3	1	3	1	3	3	4	4	3	4

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor

Fuente propia, 2017

emivar spss.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

132: prestacioneservi_4

	empatia	resolucion del problema	conocimiento del personal	profesionalismo	informacion proporcionada	confiabilidad	higiene	apariencia	conservacion	confort	seguridad	limpieza
160	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4
161	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4
162	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4
163	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3
164	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4
165	4	2	3	4	2	3	2	2	3	3	2	3
166	3	1	4	3	4	4	2	3	3	2	3	4
167	3	3	3	3	1	4	3	3	2	4	3	4
168	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4
169	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4
170	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4
171	3	3	4	3	1	2	2	3	3	3	1	4
172	4	1	3	2	3	3	2	4	3	4	4	3
173	3	3	3	1	3	1	3	3	4	4	3	3
174	1	3	1	2	4	3	2	3	3	1	3	1
175	3	2	3	2	2	1	1	3	4	1	2	2
176	4	2	3	4	2	3	2	2	3	3	2	3
177	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4
178	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4
179	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4
180	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4
181												

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor

Fuente propia, 2017

ANEXO 6

ITEMS Y DIMENSIONES DE CALIDAD DEL HOTELQUAL

ÍTEMS		DIMENSIONES		
		PERSONAL	INSTALACIONES	ORGANIZACIÓN
1	Las dependencias y equipamiento del edificio (ascensores, Habitaciones, pasillos, etc.) deben estar bien conservados		X	
2	Las diferentes dependencias e instalaciones deben resultar agradables		X	
3	El personal debe tener un aspecto limpio y aseado	X		
4	Las instalaciones deben estar limpias		X	
5	Las instalaciones deben ser confortables y acogedoras (uno se debe sentir a gusto en ellas)		X	
6	Se debe prestar el servicio según las condiciones contratadas			X
7	Se debe resolver de forma eficaz cualquier problema que pueda tener el cliente			X
8	Los datos y la información sobre la estancia del cliente deben ser correctos			X
9	Se debe conseguir fácilmente cualquier información sobre los diferentes servicios que solicita el cliente		X	
10	Los diferentes			X

	servicios deben funcionar con rapidez			
11	El personal debe estar dispuesto a ayudar a los clientes	X		
12	Siempre debe haber personal disponible para proporcionar al cliente la información cuando la necesita	X		
13	Siempre debe haber alguna persona de la dirección a disposición del cliente para cualquier problema que pueda surgir			X
14	El personal debe ser de confianza, se debe poder confiar en ellos	X		
15	Se debe actuar con discreción y respetar la intimidad del cliente			X
16	El personal debe ser competente y profesional	X		
17	Las instalaciones deben ser seguras (cumplir las normas de seguridad)		X	
18	El personal debe conocer y se debe esforzar por conocer las necesidades de cada cliente	X		
19	El cliente debe ser lo más importante			X
20	Los empleados se deben preocupar por resolver los problemas del cliente		X	

FUENTE: Almeida, Barcos y Castilla (2006) Gestión de la calidad de los procesos turísticos, p.280 – 293.

ANEXO 7

Fotos en el distrito de Anra- Huari - Ancash



del distrito de Anra



Distrito de Anra

Entrada
del
distrito de
Anra



Plaza

Fotos de personas encuestadas en el hospedaje Anra





Uno de las habitaciones dobles del hospedaje Anra



Sr. Casimiro Hidalgo
Dueño del hospedaje Anra



Solicitando referencia del Hospedaje

ACTA DE APROBACIÓN ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo, Martín Salas Carrera, revisor de la tesis de la estudiante Patricia Trujillo Icho, titulada "Calidad de Servicio en el Hospedaje Anra en el distrito de Anra provincia de Huari departamento de Ancash, 2017."; constato que la misma tiene un índice de similitud de 22% verificable en el reporte de originalidad del programa TURNITIN.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lima, 13 de Junio de 2018.

Miguel Ruiz Paracios
MIGUEL RUIZ PARACIOS



Mg. Martín Salas Carrera

Docente de la EAP de Administración en Turismo y Hotelería Filial Lima

DNI: 41258608

FORMATO DE SOLICITUD

Solicita: VISTO BUENO PARA
LA PUBLICACIÓN DE MI TESIS

Yo, TRUJILLO JOKO, PATRICIA con
DNI: 47051738 y domicilio en CALLE LAS PALMERAS H2B LOTEN - PUNTO P.
con código de matrícula N° 6700243179 De la Escuela Profesional de
Administración en Turismo y Hotelería recorro a su honorable despacho para solicitarle lo
siguiente:

SOLICITO EL VISTO BUENO PARA LA PUBLICACIÓN DE MI
TESIS, PUESTO QUE FUE REVISADO Y PASADO TORNITIN
CON EL ASESOR MARTIN SALAS CARRERA CON DNI
41258608, QUIEN ME ASESORO EN TODO EL PROCESO
DE LA TESIS, PASANDO ASÍ EL TORNITIN CON UN
PORCENTAJE DE 22%.

Agradeceré se atienda mi petición.

Lima, 14 de Junio de 2018.


(Firma del solicitante)

MIGUEL RUIZ BALACIOS



Handwritten signature and number:
 43678006



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION DE
 TURISMO Y HOTELERÍA**

**"Calidad de Servicio en el Hospedaje Anra en el distrito de
 Anra provincia de Huarí departamento de Ancash, 2017."**

AUTORA:
 Patricia Trujillo Icho

ASESOR:
 MARTIN SALAS CARRERA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Resumen de coincidencias

22 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

1	Entregado a Universida...	11 %
2	www.aiteco.com	2 %
3	www.jne.gob.pe	1 %
4	Entregado a EP NBS S...	1 %
5	repositorio.uladtech.ed...	1 %
6	repositorio.umb.edu.pe	1 %



Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

Trujillo FCHO, PATRICIA
D.N.I. : 47051738
Domicilio : CALLE LAS PALMERAS 112 B LOTE 4
Teléfono : Fijo : 4885531 Móvil : 994 818 312
E-mail : PATTY 04791 @ GMAIL.COM

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

[X] Tesis de Pregrado

Facultad : FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela : ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
Carrera : ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
Título : LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

[] Tesis de Post Grado

[] Maestría

Grado :
Mención :

[] Doctorado

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

Trujillo FCHO, PATRICIA

Título de la tesis:

CALIDAD DE SERVICIO EN EL HOSPEDAJE ANRA EN EL DISTRITO DE ANRA PROVINCIA DE HUARI DEPARTAMENTO DE ANCASH, 2017

Año de publicación : 2017

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



Firma : [Signature]

Fecha : 14/06/18

[Signature] MIGUEL GUZ PALACIOS

