



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA

El programa de mejora de sistemas de gestión de empresas de servicios turísticos-MGE, en la gestión de empresas intervenidas en el 2014.

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Gestión Pública

AUTOR:

Br. Carlos Enrique Ramírez Reyna (ORCID: 0000-0002-0424-2483)

ASESOR:

Dr. Alejandro Sabino Menacho Rivera (ORCID: 0000-0003-2365-8932)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Reforma y Modernización del Estado

LIMA – PERÚ

2015

Página del Jurado

Dedicatoria:

A mi esposa e hija, que son el motor de mi vida.

Agradecimiento:

A Dios por brindarme la oportunidad de laborar en un sector tan importante como es el turismo.

Declaratoria de autoría

Yo, Carlos Enrique Ramírez Reyna, identificado con DNI N° 09634254, estudiante de la Escuela de Postgrado de la Universidad de César Vallejo, sede Lima Norte; declaro que el trabajo académico titulado “El programa de mejora de sistemas de gestión de empresas de servicios turísticos-MGE, en la gestión de empresas intervenidas en el 2014”, presentado en 113 folios, para la obtención del grado académico de Maestro en Gestión Pública, es de mi autoría.

Por tanto, declaro lo siguiente:

- He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, y he realizado correctamente las citas textuales y paráfrasis, de acuerdo a las normas de redacción establecidas.
- No he utilizado ninguna otra fuente distinta a aquellas expresamente señaladas en este trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.
- De encontrar uso de material ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinan el procedimiento disciplinario.

Lima, 04 de diciembre de 2015



Presentación

Señores miembros del Jurado,

Presento a ustedes mi tesis titulada “El programa de mejora de sistemas de gestión de empresas de servicios turísticos-MGE, en la gestión de empresas intervenidas en el 2014”, cuyo objetivo fue: “Conocer cómo influye el Programa de Mejora de Sistemas de Gestión de Empresas de Servicios Turísticos - MGE, en la gestión de las empresas intervenidas en el año 2014”, en cumplimiento del Reglamento de grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, para obtener el Grado Académico de Magíster.

La presente investigación está estructurada en siete capítulos y un anexo: El capítulo uno: Introducción, contiene los antecedentes, la fundamentación científica, técnica o humanística, el problema, los objetivos y la hipótesis. El segundo capítulo: Marco metodológico, contiene las variables, la metodología empleada, y aspectos éticos. El tercer capítulo: Resultados se presentan resultados obtenidos. El cuarto capítulo: Discusión, se formula la discusión de los resultados. En el quinto capítulo, se presentan las conclusiones. En el sexto capítulo se formulan las recomendaciones. En el séptimo capítulo, se presentan las referencias bibliográficas, donde se detallan las fuentes de información empleadas para la presente investigación.

Por la cual, espero cumplir con los requisitos de aprobación establecidos en las normas de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo.

El autor

Índice

	Pág.
Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autoría	v
Presentación	vi
Índice	vii
Índice de Tablas	ix
Índice de Figuras	xi
Resumen	
Abstract	xi
I. Introducción	xii
1.1 Realidad problemática	xiii
1.2 Trabajos previos o Antecedentes	01
1.3 Teorías relacionadas al tema	02
1.4 Formulación del problema	04
1.5 Justificación del estudio	13
1.6 Hipótesis	33
1.7 Objetivos	36
II. Marco metodológico	38
2.1 Metodología	39
2.2 Tipo y diseño de investigación	
2.3 Variables, operacionalización	41
2.4 Población, muestra y muestreo	41
2.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos 2.6 Métodos de análisis de datos	42
2.7 Aspectos éticos	45
	47
	49
	49
III. Resultados	50
IV. Discusión	68
V. Conclusiones	72

VI. Recomendaciones	74
VII. Referencias	76
Anexos	85
Anexo 1. Matriz de consistencia	86
Anexo 2. Cuestionario	87
Anexo 3. Niveles y rangos de variables y dimensiones	93
Anexo 4. Base de datos	94
Anexo 5. Escaneados de la prueba de hipótesis obtenidos del SPSS	98

Índice de Tablas

Tabla 1.	Operacionalización de la Variable Programa de mejora	44
Tabla 2.	Operacionalización de la Variable Gestión de empresas	45
Tabla 3.	Composición de la muestra seleccionada	46
Tabla 4.	Confiabilidad de los instrumentos para medir Programa MEG en la Gestión de Empresas Intervenidas en el 2014.	48
Tabla 5.	Distribución de frecuencias y porcentajes de empresarios según su percepción sobre el Programa de mejora	51
Tabla 6.	Distribución de frecuencias y porcentajes de empresarios según su percepción sobre el Programa de Mejora por dimensión	52
Tabla 7.	Distribución de frecuencias y porcentajes de empresarios según la gestión de empresas	53
Tabla 8.	Distribución de frecuencias y porcentajes de empresarios según la gestión de empresas por dimensión	54
Tabla 9.	El coeficiente de determinación entre el Programa de mejora y la gestión de empresas.	55
Tabla 10.	Nivel de significación	56
Tabla 11.	Nivel de significación estadística de los coeficientes y la ecuación	56
Tabla 12.	El coeficiente de determinación entre el Programa de mejora y la gestión de empresas permitiendo contar con un colaborador feliz	57
Tabla 13.	Nivel de significación	58
Tabla 14.	Nivel de significación estadística de los coeficientes y la ecuación	59

Tabla 15. El coeficiente de determinación entre el Programa de mejora y la gestión de empresas permitiendo contar con un cliente feliz	60
Tabla 16. Nivel de significación	61
Tabla 17. Nivel de significación estadística de los coeficientes y la ecuación	61
Tabla 18. El coeficiente de determinación entre el Programa de Mejora y la gestión de empresas permitiendo contar con procesos eficientes	62
Tabla 19. Nivel de significación	63
Tabla 20. Nivel de significación estadística de los coeficientes y la ecuación	64
Tabla 21. El coeficiente de determinación entre el Programa (MGE) y la gestión de las empresas intervenidas en el 2014 permitiendo contar con una mejora continua.	65
Tabla 22. Nivel de significación	66
Tabla 23. Nivel de significación estadística de los coeficientes y la ecuación	66

Índice de Figuras

Figura 1. Diagrama del diseño correlacional	42
Figura 2. Distribución porcentual de empresarios según su percepción sobre el Programa (MGE)	51
Figura 3. Distribución porcentual de empresarios según su percepción sobre el Programa -MGE, por dimensión	52
Figura 4. Distribución porcentual de empresarios según la gestión de empresas intervenidas en el 2014	53
Figura 5. Distribución porcentual de empresarios según la gestión de empresas intervenidas en el 2014 por dimensión.	54

Resumen

La presente investigación titulada: “El programa de mejora de sistemas de gestión de empresas de servicios turísticos-MGE, en la gestión de empresas intervenidas en el 2014”, tuvo como objetivo explicar la relación entre el Programa Mejora de sistemas de gestión de empresas de servicio turístico - MGE y la gestión de las empresas intervenidas en el 2014.

El método empleado fue hipotético deductivos, el tipo de investigación fue básica de nivel descriptivo, de enfoque cuantitativo de diseño no experimental: transversal. La población estuvo formada por Empresas prestadoras de servicios turísticos, la muestra por 135 Empresas de servicios turísticos de 20 regiones del país, intervenidas en el 2014, y el muestreo fue de tipo no probabilístico. La técnica empleada para recolectar información fue la encuesta y los instrumentos de recolección de datos fueron el cuestionario que fueron debidamente validados a través de juicios de expertos y determinado su confiabilidad a través del estadístico de fiabilidad Alfa de Cronbach.

Se llegaron a las siguientes conclusiones: Que el Programa de Mejora de Sistemas de Gestión en Empresas de Servicios Turísticos, influye positivamente en la gestión de las empresas intervenidas en el 2014, ya que se obtuvo el valor de significación estadístico de 0.000 que es menor al nivel de significación $0.00 < 0.05$.

Palabras claves: Mejora sistemas de gestión, empresas turísticas

Abstract

The present research entitled: "The program for the improvement of management systems of tourist service companies-MGE, in the management of companies intervened in 2014", aimed to explain the relationship between the Program for the Improvement of business management systems tourism service - MGE and the management of the companies intervened in 2014.

The method used was hypothetical deductive, the type of research was basic descriptive level, quantitative approach of non-experimental design: cross-sectional. The population was made up of companies that provide tourist services, the sample of 135 companies of tourist services from 20 regions of the country, intervened in 2014, and the sampling was non-probabilistic. The technique used to collect information was the survey and the data collection instruments were the questionnaire that were duly validated through expert judgments and their reliability determined through the reliability statistic Alpha of Cronbach.

They reached the following conclusions: Que Improvement Program Management Systems in Business Travel Services, positively influences the management of companies taken over in 2014, as the value of statistical significance of 0.000 which is obtained less at the $0.00 < 0.05$ level of significance.

Keywords: Improvement of management systems, tourism companies

I. Introducción

1.1 Realidad problemática

La Ley General de Turismo N° 29408, promulgada en el año 2009, manifiesta la importancia sobre el interés turístico por lo que, su política debe tener un régimen prioritario por parte del Estado, y en sus tres niveles de gobierno, con el objetivo de promocionar, motivar y ordenar el crecimiento sustentable de la actividad en el turismo. Asimismo, en esta norma se establecen los lineamientos fundamentales de la actividad turística, entre éstos, el principio de calidad mediante el cual el Estado, coordinar con los diversos representantes de la actividad dedicadas al turismo, con el fin de promocionar y motivar el desarrollo de la calidad, que se imparta en los destinos turísticos, para la satisfacción del turista, las acciones y los mecanismos que permitan la protección del turismo.

Otro principio de la actividad turística que establece la Ley General de Turismo, es el principio de competitividad; el mismo que está relacionado al desarrollo del turismo que promueva las exigencias que favorezcan el impulso de desarrollo de las empresas nacionales y extranjera, de tal forma que sea posible que exista una oferta sostenible en el turismo. En ese marco, el Mincetur culminó la actualización del Plan Estratégico Nacional de Turismo (Pentur) 2012-2021 como política de Estado. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2013).

El Pentur tiene componentes que le sirven para alcanzar sus objetivos estratégicos, entre estos tenemos el Plan Nacional de Calidad Turística (Caltur), que es uno de sus componentes transversales, y que toma sus valores y conceptos, constituyéndose en un instrumento primordial en la mejora sobre el posicionamiento del Perú en lo que se refiere a destinos turísticos a nivel mundial, y que el reconocimiento sobre su calidad total en la propuesta de turismo que ofrece.

El Caltur, plan preparado para el periodo del 2011 al 2018, cuya finalidad es promocionar un turismo bajo una cultura de calidad, aplicando acciones que permiten alcanzar sus objetivos, participa en cuatro planos: (1) Recursos humanos (2) Empresas (3) Sitios turísticos; y (4) Destinos turísticos, buscando mejorar su calidad al brindar el servicio para los destinos turísticos y promover al Perú como destino turístico internacional. Dentro del plano de las empresas, en los últimos años ha venido desarrollándose a través de intervenciones dirigidas

hacia las mejoras en temas de calidad en el servicio que ofrecen las agencias prestadoras de servicios, procurando la aplicación de las buenas prácticas no sólo en la atención y servicio al turista, sino en mejorar los sistemas de gestión empresarial, con el fin de brindar sostenibilidad a la empresa que brinda servicios turísticos.

En el Perú, la calidad de los servicios en el turismo, se constituye en la actualidad, en uno de los requerimientos y necesidades primordiales, que deben ser atendidas para lograr el desarrollo sostenido que se necesita, para lo cual se requiere trabajar profundamente con las agencias que prestan servicio de turismo a fin de procurar primordialmente mejorar su calidad.

Dentro de esta necesidad de procurar un servicio de calidad al turista, surge el Programa - Caltur, que cuenta con tres líneas de intervención siendo una de ellas el “Programa de Mejora de Sistemas de Gestión de Empresas de Servicios Turísticos” (MGE). El referido Programa, busca brindar herramientas convenientes con la finalidad de proporcionar herramientas para una óptima conducción administrativa del establecimiento prestador de servicios turísticos. El MGE cuenta con fases de intervención, de las que estudiaremos: (1) Capacitación, la que brinda los conocimientos y pautas necesarias a fin de implementar los sistemas de gestión en los establecimientos que brindan el servicio de turismo, (2) Asistencia Técnica, el Programa le asigna un asesor a la empresa a fin que junto al empresario identifiquen sus puntos críticos y se propongan mejoras orientadas a lograr una eficiente administrativa; y (3) Evaluación, que mide el nivel de avance en la implementación de mejoras en la empresa.

Al respecto, la presente investigación se propuso conocer cómo influye el Programa MGE, sobre los establecimientos que prestan servicios al turista con la finalidad de medir su aporte en el desarrollo de éstas, considerando que están vinculadas a un sector tan importante para el país y conocer, si sus intervenciones son adecuadas para proporcionar sostenibilidad y desarrollo en las empresas intervenidas.

El Programa MGE cuenta con fases de intervención instrumentos, manuales, guías, entre otros que son materia de consulta en el presente estudio

que se ha realizado, para lo cual se ha tenido en cuenta la opinión del empresario sobre los cambios que se han generado producto de la implementación de las recomendaciones que brinda el Programa MGE en las empresas intervenidas en el 2014.

1.2 Trabajos previos o Antecedentes

Para obtener los resultados que derivan de la discusión que se planteó en el presente trabajo de investigación me base en los estudios y colaboraciones de otros autores que realizaron sus investigaciones previas a la mía, trabajos que fueron realizados a nivel nacional e internacional.

Antecedentes internacionales

Existen estudios que han venido abordando la temática de la calidad en el servicio turístico, haciendo uso de estrategias y mecanismos de gestión de empresas que se van incorporando en las distintas agencias prestadoras del servicio de turismo en el Perú y el mundo. Un ejemplo respecto a estudios similares en el ámbito internacional tenemos el de Aparicio (2013), quien nos señala en su trabajo: “El reto del turismo en los espacios naturales protegidos españoles: la integración entre conservación, calidad y satisfacción” de la Universidad Complutense de Madrid - España, quien se plantea examinar las implicancias que se tienen en referencia a la calidad del servicio sobre los espacios naturales protegidos, como productos sostenibles del turismo, incidiendo en propuestas que procuren la satisfacción del cliente, y en el mejoramiento de su sistema y su gestión, con énfasis en lograr un servicio de calidad.

Dicha investigación se desarrolló a partir de la opinión de un total de 31 personas expertas en el tema y profesionales de distintos campos de gestión del espacio natural protegido, usando el método Delphi cómo técnica la cual busca predecir sobre un grupo de personas expertas, según el tema tratado mediante una serie de preguntas expuestas en encuestas que van acompañados de los resultados que se obtiene de lo antes hecho, para conocer los resultados del estudio. Se concluyó que en espacios naturales que se encuentran bajo protección hay alguna inclinación sobre instaurar la gestión de calidad, que se justifica porque hay un marcado reconocimiento sobre la ventaja que aporta la

calidad, ya sea en espacios naturales protegidos o en los distintos agentes comprometidos.

Castelluci (2011), en su tesis “Sistemas de calidad en Turismo. Posibilidades y restricciones de su implementación en Mar de Plata”, de la Universidad Nacional de Mar del Plata - Argentina, planteó como fin general conocer los niveles de calidad y la cultura existente para su implementación, en los establecimientos de hotelería, gastronómica y las playas de la ciudad de Mar de Plata (Argentina), también reconocer las causas limitantes al momento de tomar las decisiones sobre la implementación del sistema. Trató en su investigación social y aplicada, con enfoque cualitativo, bajo la modalidad de estudio de casos múltiples, analizar la cultura organizacional y el perfil de la plana directiva en 18 empresas de servicios turísticos. Concluyó que los establecimientos ubicados en Mar de Plata no se han consolidado como una cultura de calidad, orientada a la satisfacción del usuario del servicio. Los gestores de la empresa limitan el desarrollo de esta cultura, vale decir que la forma como se llevaba la administración de la empresa, se constituía como un factor principal condicionante restrictivo al momento de implementar un sistema de gestión de calidad.

Ibarra (2004). En el estudio: “La calidad en el servicio al cliente como estrategia competitiva en los dos principales hoteles de la ciudad de Cúcuta-Colombia”, del Instituto Politécnico Nacional - México, realizó su estudio con la finalidad de hacer un análisis y una evaluación en las más reconocidas cadenas hoteleras de dicha ciudad y así saber si cuentan con un servicio de calidad, aplican sus planes sobre servicios de calidad y alcanzan clientes satisfechos. Dicha investigación fue de modelo exploratorio puesto que se constituyó en antecedente de otras investigaciones posteriores similares. Finalmente, concluyó que existía diferencia en la calidad de servicio que brindaban las cadenas hoteleras, considerando finalmente, que la calidad en la atención al cliente, se constituye en un elemento importantísimo que afecta el nivel de complacencia del cliente y puede beneficiar el desarrollo del establecimiento de servicio turístico.

Castro (2012), en su artículo de investigación científica, “Formación y desarrollo de competencias gerenciales para los gestores hoteleros” publicada en

Cuadernos de Administración. (Edic. jul-dic2012), Venezuela, se propone advertir respecto a la importancia en el proceso de adquisición competencias gerenciales orientadas al recurso humano, específicamente en el nivel directivo, de los establecimientos de servicios hoteleros, de categoría de 5 estrellas en la Isla Margarita, Venezuela. El enfoque se orienta hacia la necesidad de dotar de competencias en la plana directiva de empresas de servicios turísticos, específicamente en el rubro hotelero. El sector turístico, es de retos, precisamente por la naturaleza de lo que produce, y se orienta hacia la satisfacción del cliente. Concluye que el aplicar un adecuado sistema en el manejo de las empresas, es un reto que asegurar, su crecimiento, prosperidad y rentabilidad para lograr una cadena de valor, orientándose principalmente a lo que verdaderamente importa, que es la relación entre sus colaboradores, proveedores, clientes y el Estado.

Dicho estudio concluye, en que hay una oportunidad muy grande de emprendimiento en el rubro de turismo, por lo que se hace necesario implementar capacitaciones y formación rápida y así tener una mejor garantía de una buena gerencia de los recursos, que permitan lograr tanto la satisfacción del cliente interno como externo, así como afinar los sistemas de gestión empresarial, administrando todo tipo de conflicto emocional, que permita lograr competitividad y destacar en el mercado turístico hotelero.

Otra experiencia internacional sobre acciones para implementar sistemas de gestión empresarial en los establecimientos prestadores del servicio de turismo, es el caso Colombiano, el cual implementó desde el Estado un sistema con el objetivo de consolidar una organización productiva del país, brindándoles un apoyo mediante normas proporcionadas por el ministerio encargado, para incentivar la promoción y el aprendizaje sobre mercados de alta incidencia competitiva, por medio del impulso a la constante creación y funcionamiento de las empresas ya sean micro, pequeñas o medianas.

El caso de Colombia las Mipymes tienen un papel predominante en la economía nacional: ya que estas empresas representan el 97% del total del país, generando el 63% de empleo y el 37% de producción, debido a que su forma de producir es más manejable, teniendo una mayor y mejor competencia al momento de dar una respuesta frente a alteraciones en la demanda, debido a la coyuntura

e incorporación en la configuración sobre productividad diferenciándose de las otras empresas. Para el caso de los establecimientos turísticos, se identificó que necesitan el soporte para poder lograr los patrones de calidad establecidos y así fortalecer el aprendizaje administrativo y gerencial de los dueños de empresas con la finalidad de poder reconocer y utilizar a favor nuestro las oportunidades que trae consigo el flujo de turistas que llegan a Colombia.

Esto marca una diferencia con la intención de la implementación del Programa MGE en el Perú siendo su objetivo buscar la mejora en la calidad del servicio turístico, mientras que en el caso de Colombia su objetivo es principalmente, fortalecer las empresas para asegurar generación de empleo y productividad. En el Perú las intervenciones del Programa Cultur y de su estrategia de intervención el Programa MGE, busca perfeccionar la calidad en los servicios que brinda el turismo para lograr que el país sea visto como el mejor destino turístico mundial y que este sector (turismo), se fortalezca y termine siendo una parte primordial de la economía nacional.

A este sistema le ha merecido estudios como el que realizó la Dra. Alba Ligia López Rodríguez quien es Docente investigadora, Universidad Antonio Nariño, Colombia y directora del Grupo Calidad UAN, Universidad Antonio Nariño, Colombia. Ella elaboró un estudio titulado “Sistema Integrado de Gestión para Empresas Turísticas”, cuyo objetivo fue formular un modelo que estuvo dirigido a empresas sean grandes o pequeñas las cuales tenían que estar vinculadas en todo su proceso productivo siendo esta una táctica que haga contribución al crecimiento y sostenibilidad en lo que se refiere a destinos turísticos de nivel mundial. Este estudio que desarrolló la autora referida, aplicó el método descriptivo, que partió de analizar las políticas públicas que proporciona el Estado colombiano, así como también de otras investigaciones y experiencias realizadas por otros autores de distintos países, que estén direccionadas por organizaciones extranjeras, así como también investigaciones hechas dentro de los destinos turísticos colombianos.

Antecedentes nacionales.

En el ámbito nacional tenemos estudios como el elaborado por Acuña (2013), quien en el estudio: “Mercado de Turismo en Perú: Plan de Negocios para un

Operador Turístico”, cuya finalidad fue hacer un diseño sobre un modelo de negocio a seguir teniendo como plan estratégico el desarrollo para las empresas que son operadoras de servicios de turismo receptivo en el norte de Lima-Perú, desarrollando un valor que los distinga de las demás agencias de viajes (proveedores de turistas receptivos mayoristas), por medio de un servicio de turismo diferenciado. El estudio planteo la creación de nuevos servicios de turismo, prevaliéndose de las diversidades naturales, culturales y de aventura que hasta el momento no son conocidas por lo mismo que no se aprovechan su valor, las mismas que se encuentran al norte de nuestro país; y así de esta manera lograr acaparar toda la demanda insatisfecha que existe en los turistas, brindándoles nuevas rutas por medio de servicios de alta calidad y seguridad de parte de las agencias dedicadas al servicio de turismo.

Esta propuesta lo que busca es atender la gran deficiencia que existe en el servicio que prestan en las ciudades del norte de país, dentro de todas ellas mencionamos a Tumbes y Piura, lugares en los cuales los turistas no cuentan con una variedad de servicios de turismo de su interés, ya que en la actualidad lo único que ofrecen son servicios que se basan en las playas, incentivando un turismo de sol y esparcimiento y centrándose únicamente en las localidades de Macora y Punta Sal. Esta investigación concluye que para lograr una adecuada implementación de empresas servicios turísticos, se requiere que estas incorporen acciones las cuales intervengan a través de una continua capacitación de su personal, como medio para lograr un incremento sostenible en los establecimientos que brindan el servicio de turismo, para que así ofrezcan mayor variedad a los turistas siendo ellos mismos parte del crecimiento de las empresas convirtiéndose en líderes en atención al cliente, desarrollando habilidades de mejor comunicación con los turistas.

Asimismo, la relación con los proveedores de las empresas operadoras de servicios turísticos son primordiales, ya que son el factor culminante sobre el éxito al realizar contratos y acuerdos que obligue estándares de calidad en el servicio los cuales permitan que sus respuestas sean más ágiles y flexibles ante las distintas posibilidades de cambios que se puedan dar para alcanzar tener un turista satisfecho. Concluye en la importancia de implementar este tipo de

empresas en el sector turismo, debido a que permite el desarrollo comunitario o social evitando conflictos y daños al medio ambiente.

Un estudio de suma importancia en este tema es el de Ada Zegarra (2013), al que denominó: “Influencia de la gestión de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente del operador turístico Muchik Tours S.A.C en el distrito de Trujillo en el periodo 2012-2013”, de la Universidad Nacional de Trujillo, Perú. En este trabajo se propone conocer el cómo influye la calidad de los establecimientos prestadores de servicios turísticos, en la satisfacción del usuario del servicio que brinda el operador de turismo Muchik Tours S.A.C en el distrito de Trujillo en el periodo 2012-2013. A fin de cumplir este estudio se practicó una encuesta a 335 turistas y se realizó una comparación a 14 trabajadores que pertenecen a la empresa operadora de turismo, para así poder tener conocimiento sobre la gestión de calidad de la misma.

De todo lo concluido tenemos que el estudio nos dice que la administración de la calidad que se da en el establecimiento de servicios turísticos, influye positivamente en el cumplimiento de las necesidades de sus clientes, este resultado se logra gracias a que los establecimientos de operación turística como hospedajes, restaurantes, transporte y servicio guiados, tienen conocimiento sobre el tema de calidad. Este operador ha implementado sistemas de calidad, en la gestión de sus procesos, centrado en la mejora continua hacia sus proveedores, por medio de sistemas de comunicación e involucramiento. Sin embargo, el estudio también encuentra puntos críticos, los que están relacionados con la deficiencia sobre la administración de los recursos humanos, que queda evidenciado con la escasa motivación que tiene el personal que labora, esto se deduce a partir que el 90% de los encuestados (trabajadores), expresaron su disconformidad con el trato. Sin embargo, esto se pudo manejar internamente gracias a las capacitaciones que la empresa proporcionó a sus colaboradores.

El guía es un elemento fundamental en el servicio que presta la empresa a los turistas, sin embargo, este personal no forma parte de ella, sino es contratado independientemente, por tal, su desempeño debe ser monitoreado, para asegurar la excelencia del servicio. Entre las recomendaciones que brinda la autora tenemos la importancia que existe en la implementación de un plan de calidad,

con el objeto de alcanzar resultados empresariales que sean adecuados a lo largo del tiempo. Los servicios que presta a través de sus proveedores es una fortaleza que debe cuidar, desarrollando sistemas de calidad, control e incentivos. La implementación de programas motivacionales con los colaboradores se da porque existe una escasez sobre el desarrollo de la organización y esta debe basarse en una conexión entre cooperación, confianza y comunicación las que permitirán que el personal se sienta comprometido. Finalmente se puede observar del estudio, que los sistemas de calidad del prestador turístico Muchik Tours, tiene influencia positiva al satisfacer las necesidades del turista, pero que debe implementar sistemas de gestión adecuadas para asegurar el desarrollo y sostenibilidad del servicio que brinda y de la empresa.

Una investigación importante es el “Grado de Satisfacción de los Servicios Turísticos En la Ciudad de Puno 2011 – Perú”, (Cayo y Arcaya, 2012), publicada en la Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo (Edic. Jun, 2013). Su principal objetivo fue: “Conocer el nivel de satisfacción que obtuvieron los turistas, en sus experiencias, en el uso de los distintos servicios turísticos que tomaron en Puno el año 2011”. Al respecto, se buscó identificar las deficiencias que pudieran existir, a través de las empresas de servicios turísticos y las zonas de atracción al turista dentro de la ciudad de Puno; se recabó mucha información, referente al nivel de calidad, del servicio que brindan las agencias que operan, en lo que respecta a el sentir del turista, que tan satisfecho se encuentra y si las empresas que operan los servicios de turismo cumplen sus expectativas. Este estudio nos dio como resultado que lo fundamental son los lugares de atracción turística debido a que los turistas tuvieron buena experiencia y sintieron satisfacción en su viaje, a diferencia de los servicios que brindaron las empresas de servicio de alojamiento, alimentación, transporte y guías turísticos.

Dentro de las principales conclusiones se puede observar, que la limpieza y la higiene son factores fundamentales ya que son evaluados por el turista, seguidos por la seguridad y el trato del personal hacia su persona, por ello es de suma importancia brindar acorde a satisfacer estas expectativas, por parte de las empresas turísticas. Asimismo, se señala que el trato de la comunidad ha tenido un factor importante, ya que ha permitido a los turistas, sentirse a gusto. El punto

crítico en la evaluación a las empresas estuvo por debajo de sus expectativas, no lográndose alcanzar la satisfacción del cliente, a diferencia de otros lugares y atractivos turísticos.

Marsano (2013), en artículo científico “El impacto económico del turismo en el Perú 1990 – 2012”, publicada en la Revista Turismo y Patrimonio (Edic. N°08 set. 2014), Perú, cuyo objetivo es realizar un análisis del desarrollo del turismo entre 1990 al 2012, a fin de evaluar la importancia económica de este sector para el país y sus proyecciones de crecimiento futuras que permitan contribuir con el desarrollo del país a futuro. Como se puede observar, la importancia del desempeño de las empresas de servicios que genera el sector turismo, para el desarrollo de los países y sus economías es importante, debido a la dinamización que produce en puestos de empleo y su contribución al PBI. La información que el autor analiza corresponde BADATUR Perú.

En el referido artículo el autor hace un análisis de las proyecciones de la llegada de turistas extranjeros al Perú y se puede observar que el crecimiento del turismo anual es de 3%, lo que lleva a tomar mucho más en serio la inversión que debe hacer el Estado en infraestructura para generar nuevas oportunidades de la oferta turística en el país. Sin embargo, esto no es una parte de lo que corresponde como país, realizar para asegurar el crecimiento sostenido del sector. Estos datos nos llevan reflexionar, si la estructura de las empresas y la calidad en su servicio de las empresas de servicios turísticos proporcionan, están lo suficientemente preparadas para soportar la creciente proyección anual del arribo de arribo de turistas en el país. Lo real es que existe, una insuficiente industria de servicios en el país, y en la medida que los servicios que existen no mejoren sus sistemas de gestión y no miren las proyecciones de crecimiento que proporciona el sector, no podrán soportar la demanda existente. Ello implica, que el turista, no sólo encuentre una oferta turística de destinos naturales, ecológicos, histórico, entre otros. El autor se olvida sobre la importancia de los servicios, que proporcionan, para asegurar el crecimiento sostenido del turismo, que él espera en su estudio.

Un análisis profundo, llevaría a analizar, la inversión y acciones que ha realizado el Estado, para asegurar que las empresas de servicios turísticos,

mejoren su calidad de atención y oferta al turista o cliente. Sin embargo, este estudio nos ha permitido, observar y conocer las proyecciones que tiene el turismo en el país, para los próximos años y la importancia de reforzar aspectos importantes como es la cadena de servicios, que las empresas deben proporcionar, asegurando calidad y una oferta variada, para públicos exigentes como son los de otros países, que llegarían al Perú a observar las maravillas que tiene nuestro país.

Benzaquen (2013), en su artículo científico “Calidad en las empresas latinoamericanas: El caso peruano”, publicada en la Revista de Globalización, Competitividad & Gobernabilidad (Edición 7, ene-abr 2013), Perú, cuyo objetivo fue brindar una panorámica respecto a cómo se ha venido implementando los sistemas de calidad en las empresas peruanas y los aspectos importantes de la calidad, que son necesarios para una adecuada y exitosa gestión de la empresa en el Perú.

En dicho estudio se abordan aspectos importantes de tomar, para el aseguramiento de la calidad, pero a la vez para asegurar una adecuada gestión y desarrollo de la empresa. Esto tiene que ver con la atención especial que se le debe poner a los proveedores, quienes con los que brindan a la empresa los elementos para asegurar y brindar una adecuada calidad del servicio. Este enfoque es distinto al común, ya que cuando hablamos de calidad del servicio, mucho nos enfocamos en las condiciones internas de las empresas, que aseguran la calidad, pero no estamos mirando el manejo que viene desde afuera, y este tiene que ver con un tema de asegurar que los insumos que vienen de afuera, sean de calidad. La recomendación que hace el autor es observar la importancia de los proveedores, desde la óptica de la empresa, como una relación mutuamente beneficiosa, en la que tanto la empresa como el proveedor, vean que existe una relación de beneficio entre ambos y con ello a partir del aseguramiento de un manejo interdependiente, que garantice la adopción del factor de gestión de la calidad, como medio que permita medir la eficiencia del manejo de sus sistemas de gestión entre proveedores, siendo conscientes que como esto repercute en los servicios que se brinda al cliente.

Por otro lado, el autor analiza la importancia de cómo es que se lleva la administración de los procesos en el interior de las agencias dedicadas al turismo, apuntando a como se debe de llevar la administración en todos los procesos interrelacionados como fueron estos un solo sistema. El proceso operativo, la infraestructura o las instalaciones de la empresa y el equipo operativo deben pasar por un control y mejoramiento del proceso, que se encargue de verificar que cada una de estas partes, funcionen óptimamente. Refiere que el factor formativo y de capacitación dentro de la empresa es vital, ya que puede asegurar el actuar de los colaboradores, midiendo el tamaño de compromiso y su desempeño al momento de implementar los sistemas de calidad dentro de las compañías. Estas se deben a los turistas, y en este punto agrego, que son parte fundamental no solo el cliente externo, sino también el interno, llámese trabajadores o colaboradores de todos los niveles. El colaborador, como cliente interno, es quien asegura la implementación de los procedimientos y protocolos para una atención o producto adecuado al cliente final, cuyo objetivo debe ser su satisfacción.

1.3 Teorías relacionadas al tema

Se expondrán las variables elegidas para la presente investigación, así como dimensiones e indicadores, los que detallamos a continuación:

Variable 1: Programa de Mejora.

Al respecto, el Manual del Programa de Mejora de Sistemas de Gestión Empresarial (MGE), elaborado por el Mincetur: "Facilitando Procesos de Aprendizaje de Mejora de Sistemas de Gestión", 2012, p.11, señala que el Programa MGE está dirigido a las personas relacionadas con la operación de los servicios de turismo, ya sean dueños o colaboradores, ya que son ellos los indicados en buscar una mejora en su sistema de gestión en las empresas. Para lograrlo tiene que haber una firme decisión de cambio y mejora, que les permita fortalecer su capacidad y competencia sobre su gestión, a través de la capacitación, asistencia técnica y la evaluación, como parte de un plan de acción orientado a la mejora continua. (p.11)

Asimismo, Daniela Castellucci, en el estudio: “Sistema de Calidad en Turismo: Posibilidades y Restricciones de su implementación en Mar de Plata”, 2011, p. 25, señala respecto a la calidad en los establecimientos turísticos, es una decisión que implica técnicas específicas que fueron tomadas de las vivencias de otros, el que incluye información sobre los avances tecnológicos que cubran las necesidades de calidad, incluyendo en esto a la normativa existente. Para poner en funcionamiento este sistema se fundamenta en el uso de herramientas modernas y que se reconocen a nivel mundial, las mismas que se dirigen hacia como satisfacer al cliente, esto solo se logrará haciendo el análisis de los procesos que se usan para llegar a obtener ya sean bienes o servicios de calidad. La finalidad en la aplicación de estas normas enfocadas hacia la calidad es lograr ser una empresa competitiva en busca de un desarrollo sustentable en el tiempo y en el sector donde se desarrolla.

Por otro lado, Carlos Forero, en su ensayo “El Sistema de Gestión de Calidad como herramienta Fundamental para Lograr Competitividad”, 2014, p. 03, señala sobre la implementación de sistemas que permitan una adecuada calidad en los establecimientos de servicios turísticos. Esta técnica de gestión, es usada para informar a los trabajadores, sus actividades, especificando la producción, la calidad de cada producto o servicio a realizar. Este sistema quiebra todos los paradigmas de trabajos individuales, por que hace énfasis en los trabajos en equipo, logrando que todos trabajen bajo un solo objetivo. La gerencia de cada empresa deberá implementar estrategias fáciles de adaptarse en cada área de la empresa, y deben estar enfocados en un mismo objetivo, logrando así cubrir las necesidades que puedan tener los colaboradores y los clientes.

Dimensiones de la variable Programa de Mejora

Se han definido para la presente investigación las siguientes dimensiones para la variable Programa de mejora, estas son tres: capacitación, asistencia técnica y evaluación.

Dimensión: Capacitación

Sobre la dimensión capacitación de la primera variable, Programa de mejora, en el Manual del Programa MGE, elaborado por el Mincetur: “Facilitando Procesos de Aprendizaje de Mejora de Sistemas de Gestión”, 2012, p.11, podemos

interpretar que este permite a los empresarios reconocer y evaluar sus puntos débiles en la gestión de la empresa. La Capacitación, que se le brinda al responsable de la empresa los conocimientos y pautas necesarias sobre la puesta en marcha de sistemas de gestión en los establecimientos prestadores de servicios turísticos. (Manual del Programa MGE, elaborado por el Mincetur: (2012, p.11).

Al, respecto, Brenda Oquendo, en su tesis “Programa de Capacitación para una Empresa de Servicios de Soluciones para el Manejo de Documentos”, DE LA Universidad San Carlos de Guatemala, 2010, señala sobre la capacitación que esta viene a ser el instrumento básico en la preparación del recurso humano, porque les brinda a los colaboradores la oportunidad de obtener nuevos conocimientos que lo ayuden a aumentar su eficiencia dentro de la empresa, dándoles a su vez el tiempo para que se acomode a nuevas circunstancias que se vayan presentando según su avance. Esto les dará la facilidad de tener nuevas habilidades que les favorezcan en el aumento de sus labores y de esta manera poder realizar un trabajo exitoso desde el puesto en el que se desempeñe. Por ello es que también se convierte en una herramienta de mucha importancia ya que es motivadora. (p. 07).

Asimismo, en el Plan de Capacitación y Asistencia Técnica para la implementación de la Reforma del Sistema de Presupuesto, del Ministerio de Hacienda de El Salvador (2013), señala que es la acción de brindarle a una persona herramientas y conocimientos ya sean teóricos, prácticos y técnicos, que les consienta el máximo de sus habilidades logrando que tengan un mejor desempeño de sus labores de acuerdo a sus actividades o tareas designadas según su función. Al respecto el mencionado autor señala que recibir una capacitación involucra saber que habrá cambio de forma personal y grupal. Ya que sabemos que todas las personas a lo largo de su vida cambian según la educación que reciban y también gracias a las distintas experiencias a las que está expuesta. Entonces en las empresas el personal aumentará su capacidad según su experiencia o a partir de las capacitaciones que haya recibido, lo que redundará en soluciones eficaces que se les pueda presentar en el día a día. Por

lo que diremos que el capacitarse se convertirá en un proceso de un constante aprendizaje, (p. 04).

Para esta dimensión se han definido dos indicadores, siendo estas: contenidos y efecto de la capacitación, los que definimos a continuación:

Contenidos

Según Giosianna Polleri, en las diapositivas referidas a contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales del programa de perfeccionamiento profesional en formación integral del docente universitario de la Universidad Fermín Toro (2014), define a los contenidos como una representación conjunta de saberes que se pueden enseñar para usarlas como medio para el desarrollo de la capacidad del que este aprendiendo, por lo que nunca deberán de entenderse como un fin si no por el contrario solo serán conceptos que nos ayuden a discernir. Con respecto al contenido que tengan se clasificaran como contenidos de conceptos, de procedimientos y de actitudes.

Existen tipos de aprendizajes basados en: a) conocimientos, b) habilidades y destrezas y c) actitudes, respectivamente. Estos siempre estarán presentes en las diversas actividades que se basen en aprender así sean de distintos tipos de enseñanza. El contenido se usará en la mayoría de los casos para poder fijar el objetivo de aprender. Para Neil Paredes (2011, p. 9), en las diapositivas referidas a los contenidos. Conceptuales, procedimentales y actitudinales (2011, p.9), define a los contenidos como un conjunto de conocimientos o estructuras que son parte primordial para el desarrollo en la socialización del alumno.

Efecto de la capacitación:

Sandra Rico (2014), en el artículo referido a la importancia de la capacitación en la productividad señala que esta hace que los trabajadores aumenten su rendimiento, esto no solo logrará contar con personal capacitado que aumentará su productividad, sino que también nos mostrará que contamos con una empresa que se enfrenta a un mercado competitivo, el que cada día tiene mayores exigencias, viéndolo desde otro punto de vista la capacitación debe de basarse en tener mayor productividad dejando en segundo plano la motivación.

Dimensión: Asistencia técnica

Sobre la dimensión asistencia técnica de la primera variable, Programa de mejora, en el Manual del Programa de Mejora de Sistemas de Gestión Empresarial (MGE), elaborado por el Mincetur: “Facilitando Procesos de Aprendizaje de Mejora de Sistemas de Gestión” (2012), señala que el Programa le asigna un asesor a la empresa a fin que junto al empresario identifiquen sus puntos críticos y se propongan mejoras orientadas a lograr una eficiente gestión, que permita una mejor calidad”.

El Ministerio de Educación del Perú, por medio de su Secretaría de Planificación Estratégica publicó la “Guía de Orientación para la Asistencia Técnica para el cumplimiento de Compromisos de Desempeño 2015”, define como Asistencia Técnica a el desarrollo de reforzamiento sobre la capacidad y habilidad de las personas, con el fin que ellas laboren en coordinación y enfocadas hacia la obtención del resultado que de obtendrá al cumplir el compromiso. Esta tiene como principio identificar la necesidad y la realidad en la que se está ejerciendo lo establecido que está vinculado con el compromiso para fortalecer las capacidades en la gestión, en la empresa. (p 15).

Por otro lado, el MIDIS, a través del Programa Qali Warma, en su “Guía de Supervisión y Asistencia Técnica a los Comités de Alimentación Escolar” (2013), define a la Asistencia técnica como la transformación de un integrante que participa, se forma, es crítico y dinámico que va generando autonomía, y está dirigida a mejorar el desempeño y así poder lograr ayudar a tener un servicio de calidad.

Para el caso de la dimensión asistencia técnica, se han definido dos indicadores, siendo el primero: Efecto de la Asistencia técnica y el otro Metodología, los cuales detallamos a continuación:

Efecto de la Asistencia Técnica:

En el Portal de la Banca de Desarrollo Nacional Financiera de México (2013), señala respecto de la asistencia técnica que esta incrementa el grado de competitividad que tiene la empresa, mediante herramientas dirigidas a fortalecer el factor de éxito del negocio. Esta asistencia nos ayudará a identificar los costos

ocultos e ineficientes que nos vuelven menos competitivos, nos ayudara a crear sistemas de control para poder tomar mejores decisiones, por medio de un mejor desarrollo de actividades en el cuadro de mando. También nos ayuda a generar mejores de diversos negocios que cuenten con una administración estratégica que esté orientada a darle mayor seguridad a la compañía para que esta pueda incursionar en nuevos mercados a nivel nacional e internacional manteniendo su composición competitiva mediante el desarrollo de tecnologías que ayuden a la empresa a generar mayores ingresos de forma acelerada.

Metodología:

Linda Baez, en la “Guía para el desarrollo y fortalecimiento de Organizaciones empresariales rurales” (2010, p.5), respecto a la metodología para una asistencia técnica, señala que los resultados sobre el reforzamiento de las organizaciones, así como de todos los que intervienen, ya sea personal de trabajo o líderes, serán mejores si cuentan con el método y los instrumentos adecuados logrando el desarrollo de las capacidades, de un punto de vista formal y practico. Basados en ese entorno se mostró una guía de procedimientos para poder diseñar la ejecución de programas que fortalecen las organizaciones rurales. Esta guía es erigida partiendo de una propuesta y practica de nuevos propósitos y organizaciones de desarrollo rural. Lo que se busca con esto es que las organizaciones y empresas rurales tengan un reforzamiento sobre sus capacidades. De igual manera les será de utilidad para la promoción en un proceso, danto a conocer lecciones y resultados que ayuden al incremento de propuestas y mejoren el instrumento metodológico.

El Programa para la Cohesión Social en América Latina (EUROSOCIAL), en las presentaciones referidas a la guía práctica de intervención. Metodología para la asistencia técnica pública (2013, p.20), señala que esta tiene un carácter reiterativo. Es desarrollado alrededor de 4 conceptos fundamentales los mismo que pertenecen a 4 fases de un ciclo reiterativo los cuales son repetidos en muchas ocasiones de forma permanente con la finalidad de tener una mejora en los resultados de manera continua; estos son Planificar, ejecutar, verificar y actuar.

Dimensión: Evaluación

La dimensión evaluación, tiene una respuesta en el Manual del Programa MGE, elaborado por el Mincetur: “Facilitando Procesos de Aprendizaje de Mejora de Sistemas de Gestión”, 2012, la que señala sobre la acción de la fase de evaluación por parte del Programa en las empresas prestadoras de servicios turísticos que se evalúa el avance de la adquisición de mejoras en la empresa, orientada a implementar los sistemas de gestión empresarial, las que forman parte de la metodología de intervención que tiene el Programa”.

Brenda Oquendo, en su tesis “Programa de Capacitación para una Empresa de Servicios de Soluciones para el Manejo de Documentos”, de la Universidad San Carlos de Guatemala, 2010, señala sobre la evaluación, que la finalidad que se tiene al evaluar, es tener la certeza sobre la eficiencia del adiestramiento y cuidar que los objetivos que se plantearon fueron o están siendo cumplidos. Para poder cumplir los objetivos que se planteen dentro de una empresa debemos tener muy en cuenta la importancia que tiene la capacitación y el desarrollo del recurso humano. Hacer que los trabajadores mejoren sus actitudes y aptitudes así como también sus destrezas, les permitirá un mejor y mayor desempeño de sus labores volviéndolos eficientes. (p. 28).

Ana Córdova en su ensayo sobre evaluación educativa, presentado en el Congreso Iberoamericano de Educación, Buenos Aires Argentina (2010). La define como el método de manera sistemática y comprensiva donde se usan diversas estrategias, como son: exámenes de distintas maneras, orales, escritos entre otros, entrevistas, cuestionarios todos estos de forma presencial o virtual. Esta autora comparte la visión sobre la evaluación, a la cual la mira como un proceso en el que se da un juicio de valor acerca de un tema específico, esta evaluación nos ayudará a tomar una mejor decisión. Hacer una evaluación del proceso de aprendizaje-enseñanza, significa darle valor al resultado obtenido de las actividades realizadas entre el alumno y el profesor, en lo referente a los objetivos de la educación. Asimismo, señala que el evaluar lo aprendido, nos permite expresar un valor cualitativo o cuantitativo de lo que se está evaluando.

Al igual que en los otros casos, se han definido indicadores para la dimensión evaluación, siendo estas: plan de acción e implementación de mejoras, los que explicamos a continuación:

Plan de Acción:

En el sitio web: Significados: Descubrir lo que significa, conceptos y definiciones (2013-2015), se define al Plan de acción como un instrumento de planificación que se emplea en la administración y control de los proyectos y/o tareas. Este plan de acción funcionará como una programación en la que va establecida la forma en que se está organizando, orientando, e implementando un grupo de tareas necesarias que permita alcanzar los objetivos y metas trazadas.

José Sagaon, en las presentaciones referidas a la ejecución y control de los planes de acción, de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (2011, p.5) define al Plan de acción como un instrumento, que nos indicará el cómo llevar la puesta en marcha de la empresa. Acompañando al usuario por medio de formatos fáciles que irán indicando los pasos a seguir para la puesta en marcha, teniendo en cuenta todos los elementos. Considerando lo antes mencionado podemos decir que las empresas podrán generar su propio plan de acción en la situación en la que se encuentren para así plantear sus planes estratégicos.

Campo, A.; Nayrobi, C. (2013), en uno de sus trabajos no cita en su investigación la definición que hace Borello, del Plan de acción, quien nos dice que es un plan que antepone las iniciativas que tengan mayor importancia en el cumplimiento de los objetivos. Así de esta forma, decimos que un plan de acción está constituido como una guía que nos indica, el qué hacer, basado en una estructura metodológica, que nos facilita el elaborar un proyecto”.

Implementación de mejoras

El Departamento de comunicaciones del gobierno de Republica Dominicana (2014), en la Guía para la elaboración e implementación del Plan de mejora institucional, la define como el primer paso para garantizar el éxito en cada proceso administrativo, estará conformada por un conjunto de acciones que serán planificadas, organizadas e integradas sistemáticamente para producir cambios en la administración, buscando tener un mejore proceder y estandarizar sus

servicios. La efectividad de estas acciones deberán ser garantizadas con los atributos siguientes: debe ser consensuado, debe de existir un debate entre todos los intervinientes, debe de ser coherente con las mejoras que se encuentren en el camino, debe de ser realista, por lo que todo lo que se desee hacer tiene que ser viable, debe de ser flexible, es decir tiene que ser propensa al cambio y la modificación según existan imprevistos, sin perder nunca la finalidad del objetivo.

Bernhard Hitpass, en su libro titulado BPM Business Process Management. Fundamentos y conceptos de Implementación (2014, p.182) señala respecto a la implementación de mejoras que este proceso de implementación lo tiene que realizar las cabezas, responsables o dueños de las compañías y no deberían generar gastos adicionales. La concepción de estos términos también son conocidos como Six Sigma y Lean Management, a estos se les puede adicionar la técnica de control sobre el rendimiento en el proceso mediante indicadores de ciclos o facilitar avisos para que alerten cuanto exista una desviación al comportamiento que se espera.

Jorge Aguilar, en su libro titulado Mejora continua (2010, p.3) respecto de su implementación señala que el realizar un esfuerzo sobre la mejora continua se convertirá en un ciclo que no tendrá interrupción y se podrán identificar áreas de mejora, y así se podrá hacer lo planeado, implementando y verificando en cada proceso los resultados, para poder actuar de manera adecuada y proponer los otros objetivos cada vez más ambiciosos. Este proceso de implementación que nos ayuda a renovarnos, desarrollarnos y progresar y nos da la posibilidad de tener mejor respuesta en un ambiente cambiante y así poder ofrecer un mejor servicio producto al usuario final.

Variable 2: Gestión en Empresas.

Para el caso de la segunda variable, se definirá la “Gestión de Empresas”, partiendo de qué implica y significa ello en una empresa en general. En ese sentido, teniendo en cuenta la acción del Programa MGE sobre los establecimientos prestadores de servicios turísticos y teniendo en cuenta la presente investigación, se cita el documento elaborado por el ente rector del turismo en el Perú, “Facilitando Procesos de Aprendizaje de Mejora de Sistemas de Gestión”, 2012, p.15, el que señala que es el resultado que se obtiene en las

compañías por medio de distintas estrategias, en las que interviene el optimizar procesos, con un enfoque dirigido a la administración y el pensamiento severo. Por este motivo es que el sistema logra que se aproveche y se desarrolle un potencial que ya existe sobre las compañías, y de esta manera hacer una renovación constante de los objetivos, estrategias y grados de servicio”. (p.15)

Por otro lado, Luz Montoya, aborda el concepto de gestión haciendo referencia a varios autores, en su tesis “Gestión de Sistemas de Integración Empresarial Desde una Perspectiva Biológica” (2010), en el que se apoya de Martínez (1999), quien nos dice que este concepto tiene dos significados; unos son como actividad y el otro como teoría esto se definirá de acuerdo con el comportamiento de los resultados eficaces de las compañías. También lo ve desde un enfoque de organización donde se evalúan los procesos de gestión, así como también el análisis de las jerarquías según la responsabilidad de cada uno y están orientado hacia un tiempo prolongado (Romero, 2001, p. 42)

En el ensayo titulado “La Problemática de la Gestión del Capital Humano en las MiPyMEs de Alojamiento Turístico de la Ciudad de Buenos Aires – Argentina”, publicado en la revista Estudios y Perspectiva en Turismo (Vol. 22, 2013), Barreto y Azeglio, se refiere a la gestión del capital humano como dar un grado de competencia de acuerdo con la necesidad real de la compañía, solo así será un instrumento eficaz al momento de buscar una mejora en la competitividad. Por lo que es necesariamente la relación que hay con la estrategia lo que la transforma en un elemento competitivo (Baltanás, 1996: 28), p1142. Por otro lado, la variable Gestión en empresas, se le define a partir del efecto en cuatro variables importantes, que incidirá en la mejora de la gestión de los establecimientos de servicios turísticos, los cuales son: “Colaborador Feliz”, “Cliente Feliz”, “Procesos Eficientes” y “Mejora Continua” en empresas intervenidas en el 2014, todo esto orientado a lograr una mejora en la atención y calidad del servicio al turista.

Para el caso de la variable gestión de empresa, se han definido cuatro dimensiones, siendo estas: el colaborador feliz, el cliente feliz, procesos eficientes y mejora continua, los que abordamos junto a sus dimensiones, tal como se explica a continuación:

Dimensión: Colaborador feliz:

Para el caso del colaborador feliz como dimensión de la variable gestión en empresas, se refiere, capital humano con opera en la empresa. En ese sentido, en la Guía Metodológica para el Facilitador del Programa– MGE, 2011 p 15, se señala que los dueños de las empresas y sus trabajadores tienen una visión sobre lo importante que es el desarrollo de una cultura corporativa, en la compañía, la cual tiene como principio el respeto y la colaboración. Para lograrlo utilizan herramientas y procedimientos que van creando un buen ambiente laboral, donde los trabajadores se encuentran muy motivados y siempre están dispuestos a colaborar.

Sin embargo, Barreto y Azeglio (2,013) en su ensayo La Problemática de la Gestión del Capital Humano en las Mipymes de Alojamiento Turístico de la Ciudad de Buenos Aires – Argentina, (p. 1143), señala que un concepto sobre capital humano, sería la experiencia que tiene, ya que a lo largo de su vida ha adquirido conocimientos que va acumulando y desarrollando sobre todo en su trayectoria laboral, y así va ganado cualidades de manera individual como son la lealtad, la flexibilidad, la versatilidad entre muchas otras, las mismas que sumaran valor a la empresa.

Asimismo, en el “Modelo de Mejora Continua”, del Instituto Nacional de Calidad de Uruguay, (2011), señala respecto al desarrollo de las personas, que se refiere específicamente a los recursos humanos de las empresas, que tienen como principal propósito hacer un diagnóstico acerca de las fortalezas del establecimiento, respecto a las acciones que ejecuta en beneficio del desarrollo de su personal, asegurando la máxima retribución por parte del colaborador hacia la satisfacción del cliente externo como al grado de productividad de la compañía. Basándose en mecanismos que les permita estar alineados de forma eficaz y productiva con actividades propias de la gestión sobre el personal satisfaciendo sus necesidades y las del mercado. (p. 58.)

A esta dimensión se le han atribuido los indicadores: cultura organizativa y satisfacción laboral, los que definimos a continuación:

Cultura Organizativa

Revista de Ciencias Sociales (RCS) Rodríguez, Emilio. Estilos de liderazgo, cultura organizativa y eficacia: un estudio empírico en pequeñas y medianas empresas. Vol. XVI, No. 4, Octubre - Diciembre 2010, pp. 629 – 641, señala que el contar con una cultura organizativa es contar con la pieza clave para el desarrollo de la empresa. En cambio, no existe un consentimiento sobre el verdadero significado y el impacto que esta puede tener sobre la eficiencia dentro de las empresas. Pettigrew (1979), considera a la cultura organizativa, de la empresa, como un único concepto, que no considera las otras dimensiones que los rodea. Desde una óptica implícita, de la investigación, podemos decir que es integradora debido a que la cultura es considerada como un conjunto de dimensiones que tienen características propias y por consiguiente, este punto de vista tolera la evaluación del acercamiento que tienen las empresas con todas sus dimensiones. Bajo este panorama es de suma importancia hacernos ver que la eficacia organizativa hace referencia al nivel de cumplimiento sobre los objetivos planteados por cada empresa.

Esparza, José y otros (2011) en la investigación: “La cultura empresarial en la gestión de las empresas familiares: Una aproximación teórica”, Universidad Autónoma de Aguascalientes, México, señala que la cultura en la empresa familiar, es un término que se usa debido a la conformación de la misma, ya sea por una ideología que siguen las familias que son propietarias de una empresa, que tienen como característica en común sus valores, normas y tradiciones que son su forma de actuar del día a día. (Sabater Sánchez, Ruiz Mercader y Carrasco Hernández, 2003). Poza (2007) nos da una definición de cultura, enfocado en las empresas familiares, el que señala que son definidos por los valores sobre su comportamiento dentro de las empresas donde los líderes son los mismos familiares. Entonces sabremos que la relación que exista entre los familiares también definirá la cultura que se viva en las empresas. (Belausteguigoitia, 2006). p.14

Satisfacción Laboral:

Esta variable es definida por M. Chiang, M. Martín y A. Núñez, en su libro “Relaciones entre el clima organizacional y la satisfacción laboral” (2010), señala

a la satisfacción en el trabajo a un conjunto de reacciones que da una persona en su área laboral y sus diferentes aspectos. Si queremos saber dónde es que nace el concepto de satisfacción laboral diremos que en la actitud que tengan los trabajadores al momento de desempeñar su trabajo. Después de esto tendremos que estudiar la actitud ya que la satisfacción laboral estará en base a la actitud, es por eso que tendremos que saber cómo medir las actitudes. (p.156 – 157)

Asimismo, en la revista “Theoria” de la Universidad del Bío – Bío Volumen 19 – 2010 Margarita Chiang Vega, Gustavo Méndez Urra, Gonzalo Sánchez Bernal, en su artículo: “Cómo Influye la satisfacción laboral sobre el desempeño: Caso Empresa Retail”, en el que se señala que es muy importante saber cómo reconocer si alguien está satisfecho o no debido a que la satisfacción es un sentimiento relacionado con el dolor o placer, lo que sí es distinto es el pensamiento objetivo y las intenciones de comportamiento estos son los factores que nos apoyan para una mejor administración de la empresa, reconociendo como es que reaccionan los trabajadores en su labor diario.

Garmendia y Parra Luna (1993) nos dice que también el grado de satisfacción que tengan los trabajadores dependerá de cuan cubiertas está sus necesidades y que su trabajo sea retribuido económicamente, para así sentirse autorrealizados. Los autores antes mencionados definen que un trabajador se sentirá satisfecho si su trabajo es valorado, se sienten bien en su ambiente de trabajo, y sienten que son recompensados por su labor.

Dimensión: Cliente Feliz

Esta dimensión es abordada en la Guía Metodológica para el Facilitador del Programa – MGE, 2011 p 16, el que señala que los trabajadores y los dueños, ambos tienen visión sobre el desenvolvimiento dentro de la cultura empresarial que se basa en el respeto y la colaboración. Por lo que usaran instrumentos y métodos, que permitan un adecuado y favorable ambiente laboral, en el que todos los que trabajen se sientan cómodos y estén motivados y dispuestos a colaborar.

Asimismo, en opinión de Beatriz Moliner y María Fuentes (2011), en su ensayo: “Causas y consecuencias de la insatisfacción en consumidores con atribuciones externas”, señala que la satisfacción va ser un término constante cuando se dé un intercambio comercial, indistintamente de su actividad a la que

se dedique, pudiendo así dar fe de que el obtener ganancias con medios de pago o servicios sociales en los negocios solo se deben a que los clientes se encuentran satisfechos. Siendo así que la satisfacción será para la empresa una necesidad y por otro lado será un deseo para la persona.

Celestino, A y Biencinto, C. (2012), en uno de sus ensayos cita a, González Romá, Peiró, Meliá, Valcárcel, Balaguer y Sancerni (1989, p. 69) quienes abordan le nivel de satisfacción del cliente externo, a partir del uso adecuado y provechoso de los espacios deportivos, señalando que compete a una postura personal positiva de valoración intrínseca sobre la experiencia obtenida al usar las instalaciones deportivas».

A esta dimensión se le están atribuyendo los indicadores: satisfacción del cliente y servicio, los que explicamos a continuación:

Satisfacción del Cliente

Celestino (2012), en su ensayo “La Satisfacción del cliente externo en organizaciones de fitness”. Estudio Empírico en centro de la comunidad de Madrid, quien en la introducción de su estudio señala que las empresas que se dedican a ofrecer servicios son las que tienen como columna principal la satisfacción del cliente en su plan de marketing. No solo les importa la cantidad de ventas realizadas en un periodo establecido, sino que es igual de importante el saber y estar seguros de que los clientes que reciben el servicio o producto se encuentran completamente satisfechos, es decir quieren asegurarse de que brindan servicios de calidad. (p116).

En opinión de Moliner y Fuentes (2011), en su artículo “Causas y consecuencias de la insatisfacción en consumidores con atribuciones externas” publicado en Cuadernos de Gestión 11, nos refiere que sin importar a que se dedique la empresa o en que rubro se encuentre, tener clientes satisfechos siempre será lo más importante para su desarrollo en el tiempo, además que existen afirmaciones que nos dicen que el tener un cliente satisfecho a lo largo del tiempo nos generará beneficios económicos.

Servicio

Cayo y Arcaya, 2013, en su estudio “Grado de Satisfacción de los Servicios Turísticos En la Ciudad de Puno 2011 – Perú”, publicada en la Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo (Edic. Jun, 2013), donde la finalidad era medir el nivel de satisfacción que tuvieron los turistas sobre los servicios turísticos contratados, en Puno en el 2011. Aborda el concepto del servicio haciendo referencia a otros autores y destacando su importancia en la satisfacción del cliente, señalando que el servicio también es un factor muy importante. Ya que se considera como un aporte para la comodidad de las demás personas, también considerada como un recurso humano útil que nos da un bien material. Dicho esto decimos que el servicio no puede ser estandarizado a los intereses de los clientes, puesto que cada uno es diferente y tiene distintas necesidades, es por ello que no se pueden dar procedimientos que no sean flexibles, y es así que la calidad en el servicio será medida por cada cliente, según su percepción (Horovits, 1991). p29

G. Solorzano y J. Aceves (2013) en su artículo “Importancia de la calidad del Servicio al Cliente para el Funcionamiento de las Empresas”, publicado en la Revista: “El Buzón de Pacioli” del Departamento de Contaduría y Finanzas – Instituto Tecnológico de Sonora, de México, hace referencia al concepto del servicio y calidad del servicio, a la acción de generar un valor que pueda ser percibido por el cliente, haciéndole la vida más fácil sin que sea necesario que este asuma un costo adicional o riesgo” (Bon, 2008). Coincide en este punto con autores que el cita, como Pizzo (2013), quien no señala que esta se presenta como un hábito, ya que se fue desarrollando y practicando a lo largo del tiempo dentro de las compañías y esto los lleva a tener una mayor interpretación de las expectativas y necesidades de los clientes, esto hace que ofrecerles algún producto o servicio sea más fácil ya que podrán resolverle todas sus necesidades y al logra la satisfacción total del cliente esto añadirá más valor de lo esperado por lo que la consecuencia será tener mayores ingresos y menores costos para la empresa.

De acuerdo con los autores anteriores, podemos saber que el servicio es parte importante en las empresas ya que nos permitirá tener mayor aceptación

por parte del cliente, entonces para lograr un buen servicio debemos de tener muy presente que es un proceso que tiene que aumentar el valor a lo que se ofrece sin que esto aumente el costo de lo ofrecido, teniendo en cuenta que se convertirá en parte de algo habitual como mejora continua dentro de la empresa. Es por ello que para brindar un servicio de calidad debemos siempre estar analizando e interpretando las necesidades de los clientes y así ofrecerles un servicio que ellos sientan que es casi personalizado, con dedicación y eficacia, sorprendiéndolos siempre con algo nuevo.

Dimensión: Procesos eficientes:

En esta dimensión se han utilizado conceptos como el que se encuentra en la Guía Metodológica para el Facilitador del Programa– MGE, 2011 p 17, el que señala que los dueños de las empresas y los trabajadores tienen conocimiento sobre el tema de mejora continua por procesos relacionados con sus compañías, este conocimiento les permite la mejora en su negocio brindando un servicio de calidad. Es por ese motivo, que al mantener dichos hábitos cuentan con un lugar de trabajo el cual tiene un buen ambiente laboral ya que es organizado, ordenado y limpio todo el tiempo. Manual del Facilitador MGE, 2011 p 17.

En el “Modelo de Mejora Continua”, del Instituto Nacional de Calidad de Uruguay, (2011), en el punto de la administración y mejora de procesos, se refiere específicamente a aquellos procesos que permite una mejora constante en las empresas. José Pérez Fernández, en la 5° Edición de su libro Gestión por Procesos (2012), señala respecto a la gestión por procesos y procesos eficientes, señala que la eficacia se obtiene cuando añadimos valor a las cosas o actividades que desarrollamos, entonces podremos identificarla cuando contribuyamos en la satisfacción del cliente, y para lograrlo debemos de gestionar la calidad y los procesos. Podemos decir entonces que somos eficaces cuando las actividades realizadas llevan un valor acumulado y este es notado por el consumidor, llamado cliente. Esto también nos quiere decir que en muchas ocasiones sucederá que tendremos varios procesos que serán muy eficientes, pero no necesariamente sean eficaces, esto dependerá como hagamos la evaluación y desde que punto de vista lo enjuiciaremos ya sea como parte de un proceso de evaluación de la

empresa con el uso de un sistema de medición o con la simple evaluación de un cliente satisfecho que busca recibir el mayor valor por el dinero entregado.

Para la dimensión proceso eficiente, le hemos asignado dos indicadores los cuales son: procesos y calidad y los que explicamos a continuación:

Procesos

En el libro *Gestión por Procesos* (2012), 5° Edición, José Pérez Fernández, señala respecto a los procesos y procesos eficientes que el proceso es un término poco usado pero de alto valor para una gestión de calidad con excelencia empresarial, ya que nos lleva a las interrogantes sobre la situación en la que se encuentra mi empresa, es así como se identificaran todos los procesos y sus interacciones las cuales nos llevara a elaborar un mapa de procesos y de esta manera podremos identificar que procesos nos ayudan a tener una mejor calidad administrativa y a su vez sabremos qué tipo de herramientas utilizar para una mejor gestión . (p 158).

Calidad

Cayo y Arcaya, 2012, en su estudio “Grado de Satisfacción de los Servicios Turísticos En la Ciudad de Puno 2011 – Perú”, publicada en la Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo (Edic. Jun, 2013), cita varios autores sobre la definición de calidad, señalando que la calidad se entiende como “la conformidad al uso” y la definición que le da es “la particularidad de los productos o servicios que se orientan a satisfacer los requerimientos de los clientes”, por otro lado Deming (1989), plantea que la calidad es una expresión sobre la garantía que se da hacia un cliente satisfecho. En cambio Feigenbaun (1994) nos da una idea más de composición, haciéndonos ver que para lograr la calidad tenemos que incluir al total de los miembros de la empresa, con el fin de darle la garantía de asegurar la satisfacción al cliente. Finalmente, Ishikawa (1991) se interesa en hacernos ver que la calidad va de la mano con la manera que cada individuo asuma su responsabilidad en el trabajo, por lo que la calidad es un proceso de cambio constante.

Por otro lado, Carlos Forero, en su ensayo “El Sistema de Gestión de Calidad como herramienta Fundamental para Lograr Competitividad”, 2014,

señala sobre la calidad que esta es una de las herramientas principales en las estrategias que por mucho tiempo estarán orientadas a brindar bienes o servicios que satisfagan a los clientes como a los trabajadores, que para lograrlo cada integrante tendrá que asumir el compromiso de que es parte de un proceso donde saldrán ganando los dueños, los empleados y el cliente final. (p.5)

Dimensión: Mejora Continua:

Respecto a la mejora continua se han utilizado, al igual que en las otras dimensiones, las definiciones de la Guía Metodológica para el Facilitador del Programa – MGE, 2011 p 18, el que señala que los gerentes y dueños de empresas, así como también el personal que labora en ellas reconocen como es que se va generando una mejor administración de calidad. Definiendo el método que les genere la información que les sea necesaria al momento de plantear proyectos sobre mejoras, utilizando juicios que le den la seguridad sobre la viabilidad al momento de ejecutarlos de manera eficiente y eficaz. Es así que logran obtener un aumento sobre sus ganancias esto debido a que ofrecen servicios de calidad. Manual del Facilitador MGE, 2011 (p18.)

Asimismo, sobre la mejora continua, Aguilar Morales (2010), señala que al establecer una definición sobre mejora continua, nos referimos a la acción de que nada es estático entonces nada puede ser considerado como algo que ya se terminó o se mejoró de manera definitiva. Ya que nos encontramos en un proceso de cambio constante y siempre tenemos la posibilidad de desarrollarnos y mejorar. La vida misma no es algo que permanezca sin movimiento ya que nuestra naturaleza es de un persistente cambio en un universo cambiante. Esta perspectiva es percibida por los dueños de las empresas como por los colaboradores. Ese proceso en el cual se demanda mucho esfuerzo para mantener una mejora continua se convierte en un ciclo que tiene muchas interrupciones, las cuales son aprovechadas para poder hacer un análisis de lo que se está haciendo y poder identificar las áreas a intervenir, para poder proponer mejoras o correcciones que nos permitan plantear nuevos objetivos o planes más complejos que nos permitan un mayor crecimiento. Todo lo antes mencionado nos permite contar con un panorama respecto a las expectativas y

requerimientos de los clientes y colaboradores y a todo lo que se encuentra en nuestro entorno, siendo el más beneficiado el usuario.

Por último, una forma cómo interpretarlo es la de Rodrigo Másmela, quien en su libro “Como implementar Sistemas para la Gestión de Proyectos en Organizaciones de Desarrollo de Software, guiados por un Modelo de Mejora Continua” (2014), señala que la finalidad de contar con un sistema de mejora continua, nos permite acceder a una guía que servirá para la implementación de un modelo de gestión que pueda ser aplicado según las necesidades que dictamine la estrategia de los negocios o de todo el sector que esté involucrado (...). p 37. En otra sesión de su estudio señala que es importante que las organizaciones entiendan que el modelo de mejora continua no reemplaza ninguna de las mejores prácticas, estándares o metodologías incluidas como parte de este, al contrario éstas deben ser objeto de referencia constante durante la aplicación del modelo, para obtener el grado de comprensión requerido sobre las técnicas y herramientas que pueden ser utilizadas para soportar las actividades de los procesos sugeridos. (p 39).

Finalmente, se han asignado dos indicadores a la dimensión mejora continua, los cuales son: gestión de la calidad y procedimientos organizados, los que explicamos a continuación:

Gestión de la calidad

Asimismo, Daniela Castellucci, en la investigación “Sistema de Calidad en Turismo: Posibilidades y Restricciones de su implementación en Mar de Plata”, 2011, p. 7 y 8, refiere sobre el sistema de gestión de la calidad en los establecimientos de servicios, que la aplicación del concepto de calidad viene teniendo mayor importancia en la que el cliente se ve muy involucrado hasta convertirse en el factor principal, a la cual la compañía debe de dedicarse. Entonces la gestión de calidad, se basa en la satisfacción del cliente, por lo que tenemos que profundizar sobre temas como mejora continua enfocándonos en la satisfacción del cliente. Para ello se han identificado principios que contribuirán a la norma sobre gestión de calidad IRAM-ISO 9000.

Uribe, Mario, en su estudio “Modelo de gestión de la calidad en el servicio al cliente: propuesta para las grandes superficies”, de la Revista Lebrret N° 05 -

2013, señala que implementar un sistema de gestión de calidad, dentro de una empresa, es la decisión más importante ya que involucrará muchos cambio en lo que compete a funciones y compromiso de los que intervienen esto se debe a que traerán beneficios muy buenos no solo para las compañías sino también para los empleados. El sistema de gestión, es definida, según la Norma ISO 9000:2000, como la agrupación de elementos que se relacionan entre si y que contribuyen hacia un solo objetivo, que es logra productos o servicios de alta calidad. (López, 2006 p.28). Realizar el modelo de gestión de calidad que se aplica a cada proceso, nos faculta a intervenir en todas las actividades de forma continua y así poder interactuar entre todas para lograr los objetivos planteados.

C. Monsalve y S. Hernández en su estudio: “Gestión de la calidad del servicio en el hotelería como elemento clave en el desarrollo de destinos turísticos sostenibles: caso Bucaramanga”, publicado el 2015 en la revista Online EAN N°78, señala que la administración de calidad en el servicio se abordará desde el punto de vista del Marketing (Serrano, López & García, 2007) debido a que el enfoque que se da en este trabajo es en referencia al cliente final o usuario y no según se vayan cumpliendo los procesos dados en una gestión de calidad. Tomaremos este punto de vista ya que lo que se busca es lograr la captación mayor de turistas satisfechos, siendo una situación adecuada (Sorensen & Friedrichs, 2013) y de esta manera tener conservado el turismo en masa, sabiendo que los turistas perciban u servicio de calidad, con destinos atractivos, sostenibles y con la plena seguridad que todo es de calidad. (p.163)

Procedimientos organizados

En el estudio “Establecimiento de la base documental para la implementación de la norma NTC ISO/IEC 17025:2005 en el laboratorio de agua potable de la compañía de servicios públicos domiciliarios S. A.”, de Blanca Diomar Peña Román y Judith Patricia Rugeles López, publicada por la Universidad Tecnológica de Pereira, 2013, se señala sobre los que estos se dan en un documento que son proporcionadas para el conocimiento de las instrucciones sobre cómo desarrollar ciertas actividades técnicas o administrativas. En líneas generales un procedimiento en el documento que nos dice que, quien cuando y como se deben de hacer las cosas. La norma ISA9001, le da la definición de como “forma

específica para llevar a cabo una actividad o un proceso”. Dicho de otra manera, nos describe exactamente de manera concisa y clara lo que se debe hacer o no para lograr un servicio de alta calidad.

De igual forma en el estudio de Alejandro Montes Agudelo, titulado: “La Informalidad y el Papel de la Cámara de Comercio de Pereira en Pro del Desarrollo Empresarial”, publicado por la Universidad Católica de Pereira, 2013, sobre los procedimientos llamaremos a las acciones que debemos seguir en el trascurso de realizar una actividad. Esto debe de ser realizado de la misma manera para lograr obtener el mismo resultado, bajo las mismas circunstancias en base a objetivos de cada organización. (Manual de Procedimientos Municipios Menores y Zonas Rurales, 2005, pág. 10)

1.4 Formulación del problema

En el mundo y durante mucho tiempo hemos podido ver cómo es que el turismo viene creciendo y se va diversificando, convirtiéndose de esta manera en un sector económico muy atractivo para muchos ya que es de constante crecimiento a nivel mundial, lo que redundará en el progreso socioeconómico no sólo las personas que intervienen sino de los países donde se desarrollan.

Para David Scowsill presidente del WTTC, quien en el Diario Digital Hosteltur, el que pertenece a un Grupo de Comunicación especializado en Información Turística Profesional señala para el mundo lo siguiente: “En cuanto a empleo – generado por el turismo – en el año 2014, se contrató a 105 millones de personas en el sector turismo, superando así a todas las demás industrias que quedaron por debajo como son; los bancos, las minas entre otras. Acaparando así el 9,4% de los trabajos a nivel mundial ofreciendo 277 millones de puestos de empleo. En general a nivel mundial habrían mayores contrataciones de personas en este sector, teniendo además un 3,9% de posibilidades de crecimiento hacia adelante”.

Estos elementos nos deben llevar a reflexionar que el entorno empresarial actual, no sólo en el Perú sino en el mundo, coloca a las empresas en un lugar donde se ven obligadas a realizar cambios para mejoras de sus procesos y

actividades. Hoy por hoy, la exigencia es mundial y el empresariado vinculado al sector turismo, tiene que proyectarse siempre en miras hacia un liderazgo en servicios de calidad. Los conceptos nuevos que se den sobre este tema proporcionan eficiencia y eficacia en la gestión, convirtiéndose así en la aspiración de muchas empresas sin importar su tamaño. En el ínterin de lo que va sucediendo fuera de las empresas, estas deben de generar una variedad de planes muy rápidos que actúen en su estructura organizacional directamente en su dirección.

Sistemas de gestión empresarial, que traen consigo, nuevas técnicas y herramientas, las que se vienen sustituyéndolas, con la intención de una mayor y mejor eficiencia en las compañías, introduciendo modelos, conceptos, filosofías y aplicaciones que permiten el fortalecimiento de la compañía en comparación con su entorno, principalmente respondiendo a los requerimientos que el sector exige.

Es por esta razón que actualmente en el Perú, el turismo viene siendo valorado como uno de los sectores prioritarios de la política de Estado del país, y esto se debe al importante crecimiento que viene experimentando durante los últimos años y que es evidenciado por el importante aporte que brinda a la recaudación de dinero para el Estado ya que genera divisas y sobre todo empleo. Sin embargo, aún se pueden evidenciar fuertes problemas que el Perú aún no puede superar, que detienen el crecimiento de la industria turística y requieren una acción rápida y adecuada. Estos son la inseguridad, la poca infraestructura turística entre tantas deficiencias en el área del turismo.

Para este último problema, el Mincetur ha venido implementando desde el 2012, el Programa de Mejora de la Calidad de los Servicios Turísticos – Caltur, tiene como propósito, la elevación del grado de satisfacción que sienten los turistas nacionales e internacionales mientras dure la visita a los lugares más importantes del país, logrando promover la mejora de la calidad sobre los destinos turísticos. Para alcanzar dicho propósito, Caltur implementó tres líneas de intervención: (1) El Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas (SABP), (2) Los Cursos Cortos del Programa Caltur (C.C). y (3) El Programa (MGE), los mismo que tiene su principal objetivo al servicio de calidad que ofrecen las compañías de turismo que están involucradas en todo este rubro.

La existencia de empresas que funcionan con un afán puramente lucrativo, con escasa conciencia de las oportunidades y posibilidades de desarrollo que ofrece el turismo, permiten una baja calidad del servicio y miran al cliente como un proveedor de ganancias económicas del momento, desconociendo los beneficios de progreso, desarrollo y sostenibilidad que puede generar en la empresa un cliente satisfecho. Asimismo, existen muchos empresarios del sector turístico que invierten en negocios y los conducen de manera empírica, sin conocer plenamente los criterios y requerimientos básicos que debe cumplir una empresa de servicio turístico, lo que permite que muchas de estas empresas, cierren al poco tiempo de haberse iniciado.

Las empresas prestadoras de servicios turísticos como de cualquier otro sector, requieren de sistemas de gestión que les permita articularse, formalizarse y consolidarse, en una coyuntura donde los clientes nos demanden estándares de alta calidad para poder ser sustentables en el tiempo y lugar. El éxito del sector turístico, entre otros elementos, exige un servicio de elevada calidad, que son ofrecidos por los establecimientos prestadores de servicios turísticos, hacia los turistas, es decir, con el conjunto de actividades que participan para cubrir las necesidades del cliente. Dentro del marco de ejecución del Programa Caltur, se ha implementado el Programa (MGE), cuya finalidad es brindar las herramientas para implementar un sistema de gestión, que les permita una mejora continua con procesos adecuados. Este programa diseñado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) y ejecutados por el Centro de Formación en Turismo (CENFOTUR), no cuenta con estudios, a la fecha, que permitan conocer el efecto generado por del Programa MGE.

Este Programa parte del supuesto que una compañía ya sea del tamaño que sea siempre debe de tener objetivos y generar competencia con las demás logrando así su sostenibilidad en el mundo de los negocios y esto va a ser posible si cuenta con sistemas de gestión, que le permita disminuir costos en los procesos y actividades que realiza. El éxito de una empresa tiene que ver con el servicio o producto que ofrece, si son de calidad o no y de esta manera ver si satisface al cliente o no, pero también con la forma en que esta se está desarrollando como compañía que tiene como finalidad la mejora continua. Por

ello, se considera importante conocer cómo todos los programas, del Mincetur han permitido la mejora de la gestión de las empresas intervenidas en el 2014.

Problema general

¿Cómo ha influido el Programa de Mejora de Sistemas de Gestión en Empresas de Servicios Turísticos -MGE, en la gestión de las Empresas intervenidas en el año 2014?

Problemas específicos

Problema específico 1

¿Cómo ha influido el Programa de Mejora de Sistemas de Gestión de Empresas de Servicios Turísticos – MGE, en la gestión para lograr colaborador feliz en las empresas intervenidas en el 2014?

Problema específico 2

¿Cómo ha influido el Programa de Mejora de Sistemas de Gestión de Empresas de Servicios Turísticos – MGE, en la gestión para lograr un cliente feliz en las empresas intervenidas en el 2014?

Problema específico 3

¿Cómo ha influido el Programa de Mejora de Sistemas de Gestión de Empresas de Servicios Turísticos – MGE, en la gestión para lograr procesos eficientes en las empresas intervenidas en el 2014?

Problema específico 4

¿Cómo ha influido el Programa de Mejora de Sistemas de Gestión de Empresas de Servicios Turísticos – MGE, en la gestión para lograr la mejora continua en las empresas intervenidas en el 2014?

1.5 Justificación del estudio

La justificación del presente estudio se plantea teniendo en cuenta el punto de aspecto teórico, práctico, social y metodológico, el que se desarrolla a continuación:

Justificación Teórica

La presente investigación nos ha permitido conocer la influencia y efectos que tiene un programa de intervención nacional, financiado por el Estado, proporcionándonos la seguridad que la asignación del gasto que cada una de sus intervenciones genera se hace bajo criterios objetivos de efectividad, teniendo en cuenta las necesidades identificadas en el sector y los presupuestos limitados, con los que cuentan normalmente países como el Perú, que ven al turismo como la gran oportunidad para desarrollarse. Asimismo, el presente estudio nos permite conocer los cambios que ha generado en los negocios del sector turístico, el desarrollo de sistemas de gestión eficientes, en el turístico.

Justificación Práctica

Ha permitido conocer el aporte en el desarrollo, sostenibilidad e sobre las compañías que brindan servicios de calidad, intervenidas por el Programa MGE producto de su intervención, lo que ha contribuido con alcanzar las metas propuestas por el Plan Estratégico Nacional de Turismo (Pentur), el que prevé al 2018, afianzar las posturas a nivel mundial, mostrándonos como país líder por ser reconocido debido a los destinos turísticos de calidad, ofreciendo al turista una variedad en opciones de lugares de visitas así como también la comodidad y seguridad en todo su estadía, todo esto debido a que se trabaja bajo una mejora continua y un aprendizaje sostenido en los distintos lugares que son anfitriones, aprovechando el ambiente natural en el que se encuentran, conservando el patrimonio cultural y tener como consecuencia un mayor ingreso de divisas debido al turismo, así de esta manera gana el país y sobre todo las empresas de este rubro.

Justificación Metodológica

La presente tesis nos ha permitido conocer la pertinencia de la estrategia metodológica del Programa MGE, partiendo de la percepción del beneficiario (empresario de las empresas atendidas en el 2014), y constatar que la metodología y forma de ejecución en cada una de sus fases de intervención, fue

la adecuada o si hubiese habido alguna necesidad de replantearse o reforzarse para alcanzar los objetivos hasta ahora propuestos por el Programa MGE.

Justificación Social

La presente investigación, cobra importancia, vista desde una óptica social, debido a que la influencia positiva del Programa - MGE, en la gestión y calidad del servicio que brindan las empresas, permitiendo conocer que las empresas al mejorar y ser más sostenibles aseguran a sus colaboradores estabilidad laboral y mejores condiciones.

La actividad turística es uno de los pilares de desarrollo del crecimiento de la economía de nuestro país, permite la generación de empleo para personas con mano de obra calificada y no calificada. Como ya se dijo, el hecho que existan empresas sólidas y sostenibles, genera empleos de calidad y permanentes para la población, y por ende, la mejores proyecciones de vida..

1.6 Hipótesis

Hipótesis general.

El Programa– MGE, influye positivamente en la gestión de las empresas intervenidas en el 2014.

Hipótesis específicas.

Hipótesis específica 1

El Programa– MGE, influye en la gestión, permitiendo contar con colaboradores felices en las empresas intervenidas en el 2014.

Hipótesis específica 2

El Programa –MGE, influye en la gestión, permitiendo contar con clientes felices en las empresas intervenidas en el 2014.

Hipótesis específica 3

El Programa– MGE, influye en la gestión, permitiendo contar con procesos eficientes en las empresas intervenidas en el 2014.

Hipótesis específica 4

El Programa s, MGE, influye en la gestión, permitiendo contar con una mejora continua en las empresas intervenidas en el 2014.

1.7 Objetivos

Objetivo general

Conocer cómo influye el Programa de Mejora de Sistemas de Gestión de Empresas de Servicios Turísticos - MGE, en la gestión de las empresas intervenidas en el año 2014”.

Objetivos específicos

Objetivos específicos 1

Conocer cómo influye el Programa de Mejora de Sistemas de Gestión de Empresas de Servicios Turísticos – MGE, en la gestión de las empresas intervenidas en el 2014 para alcanzar colaboradores felices.

Objetivos específicos 2

Conocer cómo influye el Programa de Mejora de Sistemas de Gestión de Empresas de Servicios Turísticos – MGE, en la gestión de las empresas intervenidas en el 2014 para alcanzar clientes felices.

Objetivos específicos 3

Conocer cómo influye el Programa de Mejora de Sistemas de Gestión de Empresas de Servicios Turísticos – MGE, en la gestión de las empresas intervenidas en el 2014 para alcanzar procesos eficientes.

Objetivos específicos 4

Conocer cómo influye el Programa de Mejora de Sistemas de Gestión de Empresas de Servicios Turísticos – MGE, en la gestión de las empresas intervenidas en el 2014 para alcanzar la mejora continua.

II. Marco metodológico

2.1 Metodología

Se aplicó el método hipotético-deductivo. Esto ha permitido la formulación de teorías y conjeturas, que no perdieron su valoración hipotética y que permitieron deducir de ellas, probables resultados observacionales, que finalmente fueron contrastadas con los hechos. En este contexto, se formuló la hipótesis general, para posteriormente, aplicar un cuestionario, a una muestra seleccionada de la población total, que nos permitiera recoger la información, para posteriormente, plantear conclusiones, a partir de los resultados procesados, previo al análisis estadístico inferencial.

2.2 Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

La presente investigación, es de naturaleza descriptiva. Esto en concordancia con Bernal (2015), quien señala sobre los tipos de investigación descriptiva, que permiten seleccionar las particularidades del objeto de estudio y realizar una minuciosa descripción de los componentes del objeto de estudio. Asimismo, es básica debido a que el estudio tiene como fin el mejoramiento sobre el conocimiento y la comprensión de las manifestaciones o fenómenos que se desarrollan en la sociedad.

Fue de nivel correlacional, debido a que se midió el nivel de relación de las variables Programa de Mejora y la Gestión en las Empresas, esto se sustenta en que en las investigaciones correlacionales su propósito es tener conocimiento sobre el nivel asociación existente uno o más conceptos y/o variables un espacio y tiempo particular o definido.

Diseño de investigación.

Se ha utilizado un diseño, no experimental, en el que se realizó el análisis, a través de la observación de la realidad en un momento determinado, esto en concordancia con Bernal (2015). Asimismo, es transeccional, debido a que se describió las relaciones entre dos o más variables, en un momento específico. Su desarrollo, implicó solo en observar los acontecimientos en su forma natural sin que la persona que investiga intervenga. El estudio fue realizado en un solo momento y se recogieron los datos el mismo día en una única oportunidad con la

intención de dar mayor detalle a las variables que se analizan en ese preciso momento. Fue transversal, debido a que el propósito fue hacer una descripción de las variables y examinar su incidencia e interrelación. Esto es como si se hubiese tomado una fotografía de algo que sucedió.

El siguiente esquema corresponde al mencionado diseño:

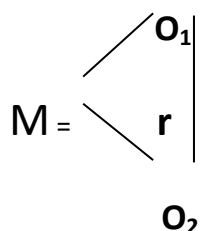


Figura 1. Diagrama del diseño correlacional

Dónde:

- M : 135 Empresas participantes en el Programa de mejora en el 2014.
- O₁ : Observación del Programa de Mejora
- r : Relación entre variables. Coeficiente de correlación.
- O₂ : Observación sobre la Gestión de Empresas

2.3 Variables, operacionalización

Definición conceptual de la variable 1: Programa de mejora.

Se le define como un Programa que busca la mejora de la gestión en empresas de servicios turísticos para un adecuado manejo de los procesos del establecimiento, calidad en la gestión y del servicio al cliente. Carlos Forero (2014), en su ensayo “El Sistema de Gestión de Calidad como herramienta Fundamental para Lograr Competitividad”, sobre la importancia de los programas de mejora, destacando que estos permiten una adecuada calidad del servicio, en los establecimientos de servicios turísticos. Refiere que esta técnica de gestión, puede ser muy bien utilizada para informar a los trabajadores, sus actividades, especificando la producción, la calidad de cada producto o servicio a realizar. Señala, que este sistema quiebra todos los paradigmas de trabajos individuales,

porque hace énfasis en los trabajos en equipo, logrando que todos trabajen bajo un solo objetivo.

Cabe señalar, que esta apreciación es coincidente con el Manual del Programa MGE, elaborado por el ente rector del turismo en el Perú, en donde se señala que el Programa busca comprometer a los empresarios a mejorar su sistema de gestión empresarial, a partir de su compromiso con el cambio y la mejora, reforzando su capacidad y competencias en temas de gestión empresarial, y en la formulación de un plan de acción para la mejora continua, que permita el desarrollo del establecimiento en la administración y ofrecer un servicio de calidad, con miras a la satisfacción de las necesidades de los consumidores.

Definición conceptual de la variable 2: La gestión de empresas.

Esta variable, es definida como las actividades que adoptan las empresas prestadoras de servicios turísticos, con el objeto de alcanzar procesos eficientes en el manejo de la empresa y que redundará en el bienestar de la empresa, así como en la satisfacción del cliente. Barreto y Azeglio (2013), en su ensayo titulado “La Problemática de la Gestión del Capital Humano en las MiPyMEs de Alojamiento Turístico de la Ciudad de Buenos Aires – Argentina”, hace referencia a la gestión del capital humano y como dar un grado de competencia de acuerdo con las necesidades reales de la compañía. Señala que, solo así será un instrumento eficaz al momento de buscar una mejora en la competitividad. Por lo que es necesariamente la relación que hay con la estrategia lo que la transforma en un elemento competitivo.

Esta variable la define el resultado que se obtiene en el establecimiento de servicios turísticos, a partir de la aplicación de estrategias, que consideran la optimización de procesos, una adecuada gestión y decisiones precisas. Por tal motivo, es que las empresas que se administran mediante un sistema aprovechan y mejoran su calidad ya les permite hacer el cambio de sus objetivos según su avance.

Operacionalización de variables

Para el caso de la Variable 1: Programa de mejora, se operacionalizó con las dimensiones propias del Programa, que corresponden a las fases de ejecución de las intervenciones que realiza el MGE, como son las fases de Capacitación, Asistencia Técnica y Evaluación a cada una de estas dimensiones le corresponden indicadores tal como se muestra a continuación:

Tabla 1.

Operacionalización de la Variable Programa de Mejora

Dimensión	Indicador	Ítems	Escala y Valores
Fase de Capacitación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contenidos 2. Metodología 3. Efecto de la Capacitación. 	1, 2, 3	5= Siempre 4 =Casi Siempre 3 = A veces 2 = Casi nunca 1 = Nunca
Fase de Asistencia Técnica	<ol style="list-style-type: none"> 1. Efecto de la Asistencia Técnica 2. Metodología 	4, 5, 6, 7, 8, y 9	5= Siempre 4 =Casi Siempre 3 = A veces 2 = Casi nunca 1 = Nunca
Fase de Evaluación.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Plan de acción 2. Implementación de mejoras 	10, y 11	5= Siempre 4 =Casi Siempre 3 = A veces 2 = Casi nunca 1 = Nunca

Para la Variable 2: La gestión de empresas, se operacionalizó con las siguientes dimensiones: Colaborador Feliz, Cliente Feliz, Procesos Eficientes y Mejora Continua. Asimismo, a cada una de estas dimensiones se le ha asignado los siguientes indicadores:

Tabla 2.

Operacionalización de la Variable Gestión de empresas

Dimensión	Indicador	Ítems	Escala y Valores
Colaborador Feliz	1. Cultura Organizativa 2. Satisfacción Laboral:	1, 2, 3,4,5,6, 7, 8	5= Siempre 4 =Casi Siempre 3 = A veces 2 = Casi nunca 1 = Nunca
Cliente feliz cliente	1. Satisfacción del Cliente 2. Servicio	9,10, 11, 12, 13, 14, 15, 16,	5= Siempre 4 =Casi Siempre 3 = A veces 2 = Casi nunca 1 = Nunca
Procesos eficientes	1. Procesos 2. Calidad	17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24.	5= Siempre 4 =Casi Siempre 3 = A veces 2 = Casi nunca 1 = Nunca
Mejora continua	1. Gestión de la Calidad 2. Procedimientos	25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32.	5= Siempre 4 =Casi Siempre 3 = A veces 2 = Casi nunca 1 = Nunca

2.4 Población, muestra y muestreo

Población

Respecto al concepto de población, para Yuri y Urbano (2014), lo definen como espectro de elementos que cuentan con características frecuentes y que se constituye en un objeto de estudio. Para la presente investigación, la población está compuesta por las 208 empresas intervenidas en el 2014, las cuales han participado de las fases de capacitación, asistencia técnica y evaluación del Programa MGE. Cabe señalar, que población al ser un concepto abstracto nos será muy difícil trabajarla de forma completa o porque su estudio implique un alto costo por la dimensión o tamaño de nuestro objeto de análisis o estudio.

Muestra

La muestra es vista por Yuri y Urbano (2014), como una porción de un todo, la que se elige para analizarla y derivar en conclusiones. Teniendo en cuenta el concepto mencionado, se seleccionó una muestra compuesta por 135 empresas prestadoras de servicios turísticos intervenidas por el Programa MGE, el año 2014. Para ello, se aplicó un tipo de muestra aleatoria simple, debido a que por su

naturaleza es fácil de conformar y por lo tanto los cálculos pueden ser rápidos. Además, sabemos que contamos con diversos programas de informática que nos ayudan a realizar un análisis más rápido. Esta muestra se obtuvo a partir de una selección aleatoria de las empresas, que contaban con un puntaje de aceptación en el cumplimiento de los requisitos de calidad en la gestión, que exigía el programa, asegurando mantener porcentualmente, las características del nivel de aceptación por región de las empresas, con el objeto de asegurar, que no se generen distorsiones de la realidad de la población, en el análisis de las empresas seleccionadas, así mismo se aplicó la fórmula estadística, correspondiente. Esto nos aseguraría realizar generalización, a partir de la muestra seleccionada.

Muestreo

Teniendo en cuenta el mismo enfoque de Yuri y Urbano (2014), para esta sección de la presente investigación, define al muestreo como los criterios que el investigador realiza para seleccionar los elementos que constituirán la muestra. En ese sentido, se ha considerado para la presente investigación a los muestreos de tipo probabilístico, los que desde su punto de vista conceptual tienen como finalidad trasladar los resultantes de la muestra a la población, mediante una extensión de los datos. Al respecto, los elementos que conforman la muestra fueron elegidos aleatoriamente, es de tipo estratificada.

Tabla 3.

Composición de la muestra seleccionada

Nº	Región	Nº de Empresas
1	Amazonas	5
2	Ancash	6
3	Arequipa	7
4	Ayacucho	5
5	Cajamarca	6
6	Cusco	6
7	Ica	9
8	Junín	5
9	La Libertad	9
10	Lambayeque	7
11	Lima	10

12	Lima Provincias	5
13	Loreto	9
14	Madre de Dios	6
15	Moquegua	6
16	Pasco	5
17	Piura	9
18	Puno	6
19	San Martín	9
20	Tacna	5
	Total	135

2.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas de recolección de datos

Se ha utilizado la encuesta, como instrumento de recolección de datos, por ser una de las más utilizadas para medir percepciones, en estudios de las características que hemos desarrollado, permitiéndonos conocer las opiniones, decisiones, y valoraciones subjetivas del empresario que fue encuestado.

Instrumentos de recolección de datos

Se ha utilizado, el cuestionario, como medio de recojo de información. Dicho instrumento se ha elaborado en base a los resultados que las empresas deberían mostrar producto de la intervención del Programa, según el manual del facilitador del Programa del MGE, del Mincetur. Basándose en lo expresado, por López – Roldan, P. y Fachelli, S. (2015) en su libro “Metodología de la Investigación Social Cuantitativa”, el cuestionario forma parte de un instrumento que lo que hace es recoger información mediante preguntas de una manera sistemática, ordenada todo esto por medio de un sistema dado de manera muy sencilla. Este es un instrumento inflexible que recoge los datos de los entrevistados haciéndoles las mismas preguntas de manera estándar para así tener la garantía de poder hacer bien la comparación de las respuestas. (pp.17).

En el desarrollo de la investigación, se utilizó dos cuestionarios uno para la variable: Programa de Mejora y otro para la Variable Gestión en Empresas, las que se respondieron a través de la escala tipo Likert en ambas variables. Estos cuestionarios estuvieron constituidos en total por 43 ítems, siendo el primero de

11 preguntas y el segundo de 32, en los que el informante respondió utilizando la siguiente escala: 5= Siempre, 4 =Casi Siempre, 3 = A veces, 2 = Casi nunca y 1 = Nunca, a las dimensiones de la variable en estudio que fueron, para la variable Programa de mejora, (Cuestionario de 11 preguntas de 1 al 11): Fase de Capacitación (preguntas 1. 2 y 3), Fase de Asistencia Técnica (preguntas 4, 5, 6, 7, 8 y 9) y la Fase de Evaluación (preguntas 10 y 11).

Asimismo, para la variable Gestión en Empresas, estuvieron constituidas desde la pregunta 1 a la 32 del segundo cuestionario, dividida por cada dimensión definida para la investigación de la siguiente manera: Colaborador Feliz (de la pregunta 01 a la 08), Cliente Feliz (de la pregunta 09 a la 16), Procesos eficientes (de la pregunta 17 a la 24) y Mejora Continua (de la pregunta 25 a la 32).

Validez y confiabilidad del instrumento

Definir si es confiable o no el presente instrumento usado se sabrá en medida que los resultados sean iguales cuando se repitan varias veces al mismo sujeto. Es así que en el proceso de la confiabilidad de los instrumentos; en cuanto a la relación entre el Programa de mejora y su influencia en la Gestión en empresas, la muestra es de 15 participantes los cuales se expusieron al proceso de confiabilidad. Y se usó el coeficiente alfa de Cronbach, ya que éste nos permitió cuantificar el grado de fiabilidad de una escala de medida partiendo de aquí detallamos lo siguiente.

Tabla 4.

Confiabilidad de los instrumentos para medir Programa MEG en la Gestión de Empresas Intervenidas en el 2014.

PROGRAMA DE MEJORA		GESTIÓN DE EMPRESAS	
<i>Alfa de Cronbach</i>	<i>N de elementos</i>	<i>Alfa de Cronbach</i>	<i>N de elementos</i>
,951	15	,912	15

Fuente: base de datos.

De la tabla 5, se puede observar que el nivel de confiabilidad de los instrumentos para medir el Programa de Mejora de Sistemas de Gestión de Empresas de Servicios Turísticos y la gestión en empresas intervenidas en el 2014, haciendo

uso de la técnica de alfa de Cronbach es de 0.951 y 0.912 respectivamente. Esto significó, que el instrumento presentó alto grado de confiabilidad, y evidenció que las preguntas del cuestionario contribuyeron de manera significativa a definir los conceptos, ya que cuando el coeficiente se aproxima a (1) el instrumento es muy confiable por lo que se sugiere la aplicación para la presentación de resultados.

2.6 Métodos de análisis de datos

Habiendo obtenido previamente los datos a analizar, se procede a realizar la estadística correspondiente, haciendo uso del SPSS, versión 20. Los datos recogidos en campo, han sido organizados y tabulados, para posteriormente ser presentados, a través de tablas y gráficos estadísticos, de acuerdo a las variables y dimensiones, consideradas.

En el supuesto aplicamos el estadígrafo chi cuadrado de Pearson, puesto que la intención es señalar la relación que exista entre las variables con un grado de confianza de 95% y significancia de 5%. Así mismo determinaremos el nivel de conformidad entre ellas usando la correlacional de Rho Spearman.

A continuación, detallamos la descripción de los datos obtenidos en los cuestionarios aplicados a dueños y/o responsables de las empresas dedicadas al turismo intervenidas por el Programa MGE, con el fin de tener un informe que nos diga lo logrado en la gestión de las empresas intervenidas en el 2014.

2.7 Aspectos éticos

La toma de datos que se usaron para la siguiente investigación, fueron obtenidos por un grupo de personas que buscan investigar y procesar dicha información de una manera adecuada sin hacer ninguna clase de adulteración ya que estos datos tienen cimiento en el instrumento que se aplica.

Asimismo, se mantuvo:

- (a) el anonimato de los sujetos encuestados.
- (b) el respeto y consideración y
- (c) No hubo prejujuamiento.

III. Resultados

3.1. Descripción de Variables

3.1.1. Descripción de los resultados de la variable: Programa de Mejora.

Tabla 5.

Distribución de frecuencias y porcentajes de empresarios según su percepción sobre el Programa de Mejora

Programa MGE	Frecuencia	Porcentaje (%)
Malo	0	0%
Regular	0	0%
Bueno	135	100%
Total	135	100%

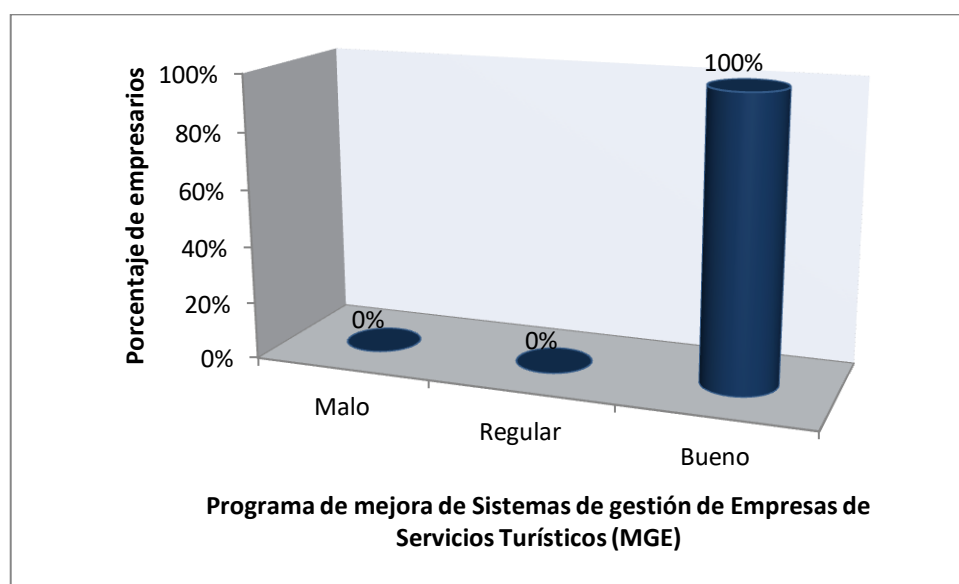


Figura 2. Distribución porcentual de empresarios según su percepción sobre el Programa MGE

De la tabla 5 y figura 2, observamos que el 100% de los empresarios tiene un concepto de que el Programa MGE, es bueno.

De los resultados obtenidos, se concluye que el Programa MGE es bueno.

3.1.2. Descripción de los resultados de las dimensiones de la variable: Programa de Mejora.

Tabla 6.

Distribución de frecuencias y porcentajes de empresarios según su percepción sobre el Programa de Mejora de Sistemas de Gestión de Empresas de Servicios Turísticos (MGE) por dimensión

Programa de Mejora	Fase de capacitación		Fase de asistencia técnica		Fase de evaluación	
	f_i	%	f_i	%	f_i	%
Malo	0	0%	0	0%	0	0%
Regular	3	2%	0	0%	2	1%
Bueno	132	98%	135	100%	133	99%
Total	135	100%	135	100%	135	100%

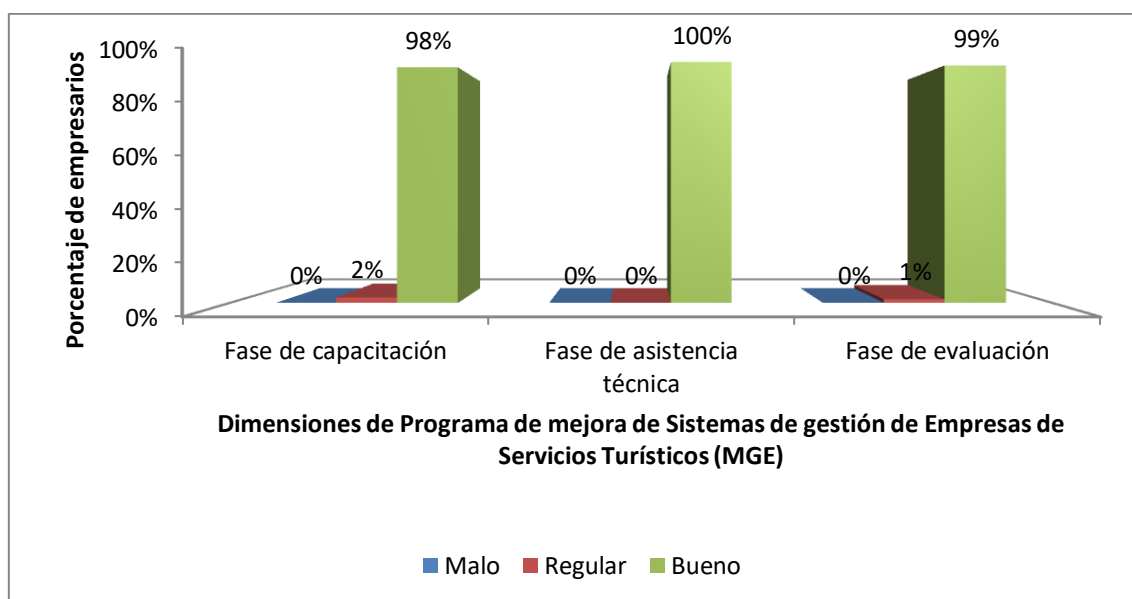


Figura 3. Distribución porcentual de empresarios según su percepción sobre el Programa -MGE, por dimensión,

De la tabla 6 y figura 3 observamos la existencia de un grupo de 98% de empresarios que en la dimensión fase de capacitación perciben como nivel bueno, el 100% de empresarios en la dimensión fase de asistencia técnica consideran que es bueno, el 99% de empresarios en la dimensión fase de evaluación indican que también es de nivel bueno. Del resultado concluimos: la

dimensión fase de asistencia técnica, es la dimensión del Programa (MGE) tiene mayor resultado comparándolo con otras dimensiones, ya que cuenta con un mayor porcentaje de buen nivel.

3.1.3. Descripción de los resultados de la variable: Gestión de empresas.

Tabla 7.

Distribución de frecuencias y porcentajes de empresarios según la gestión de empresas, intervenidas en el 2014

Gestión de empresas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Malo	0	0%
Regular	2	1%
Bueno	133	99%
Total	135	100%

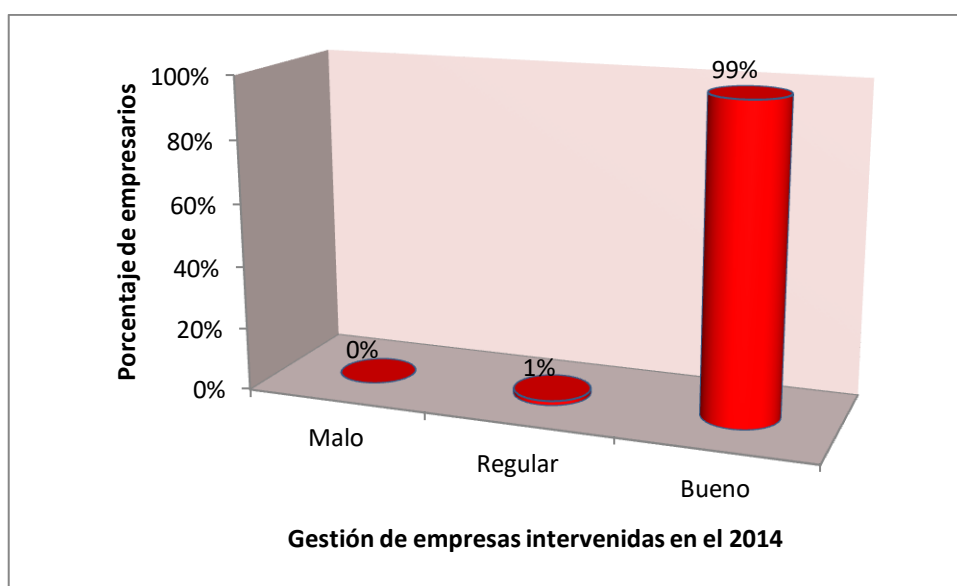


Figura 4. Distribución porcentual de empresarios según la gestión de empresas, intervenidas en el 2014

De la tabla 7 y figura 4, podemos observar que el 99% de empresarios, perciben como bueno, el nivel de gestión de las empresas intervenidas en el 2014, el 1% opina que es regular y ninguno opina que es malo.

A partir de los resultados alcanzados, podemos concluir que la gestión de empresas intervenidas en el 2014, a partir de la percepción de los empresarios, presenta una tendencia, hacia el nivel bueno.

3.1.4. Descripción de los resultados de las dimensiones de la variable: Gestión de empresas.

Tabla 8.

Distribución de frecuencias y porcentajes de empresarios según la gestión de empresas intervenidas en el 2014 por dimensión

Gestión de empresas	Colaborador feliz		Cliente feliz		Procesos eficientes		Mejora continua	
	f _i	%	f _i	%	f _i	%	f _i	%
Malo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Regular	1	1%	5	4%	9	7%	7	5%
Bueno	134	99%	130	96%	126	93%	128	95%
Total	135	100%	135	100%	135	100%	135	100%

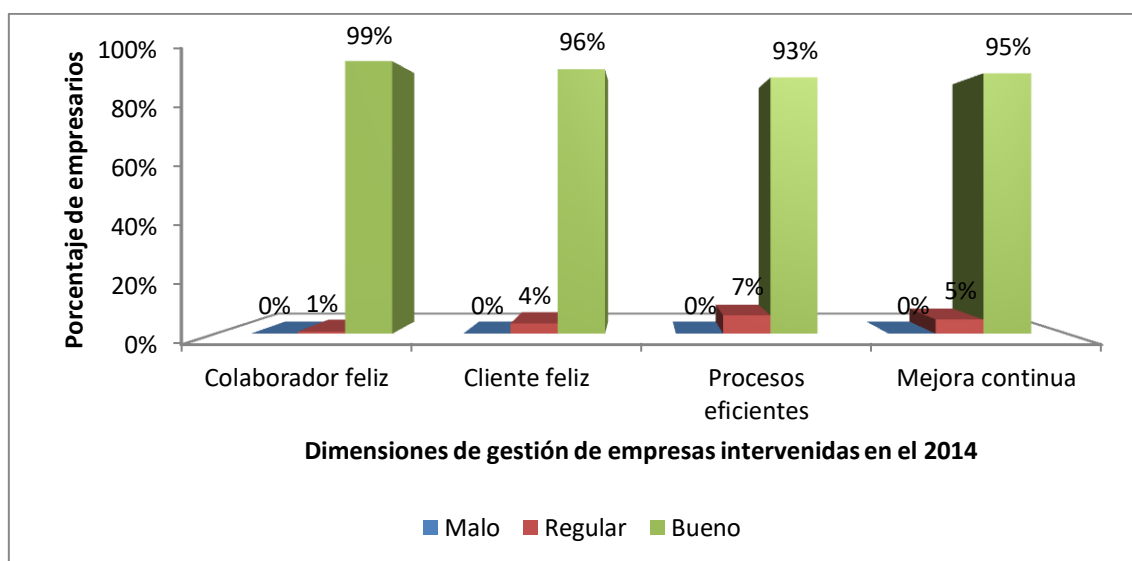


Figura 5. Distribución porcentual de empresarios según la gestión de empresas intervenidas en el 2014 por dimensión.

De la tabla 8 y figura 5 se observa que existe un grupo del 99% de empresarios que en la dimensión colaborador feliz perciben como nivel bueno, el 96% de empresarios en la dimensión cliente feliz consideran que es bueno, el 93% de empresarios en la dimensión procesos eficientes indican que es de nivel

bueno y el 95% de empresarios en la dimensión mejora continua indican que también es de nivel bueno.

Teniendo los datos anteriores concluimos lo siguiente: la dimensión colaborador feliz, es la dimensión de la gestión de empresas intervenidas en el 2014 es decir el que tiene un mejor resultado comparándolo con otras dimensiones, ya que el porcentaje es mayor al nivel bueno.

3.1.5. Prueba de hipótesis general

Ho: El Programa de Mejora de Sistemas de Gestión en Empresas de Servicios Turísticos (MGE), no influye positivamente en la gestión de las empresas intervenidas en el 2014.

Ha: El Programa de Mejora de Sistemas de Gestión en Empresas de Servicios Turísticos (MGE), influye positivamente en la gestión de las empresas intervenidas en el 2014.

Tabla 9.

El coeficiente de determinación entre el Programa (MGE) y la gestión de las empresas intervenidas en el 2014

Resumen del modelo^b

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación	Durbin-Watson
1	,799 ^a	,638	,635	3,97929	1,514

a. Variables predictoras: (Constante), Programa de Mejora

b. Variable dependiente: Gestión de las empresas

El análisis mediante el Durbin-Watson, indica su grado de autocorrelación entre variables, la cual resultó en 1514, haciéndonos ver que las variables no están autocorrelacionadas, entonces diremos que están incorrelacionadas, pudiendo así analizar el modelo.

El presente estudio, ha alcanzado un coeficiente de determinación R^2 de 0,638, lo que demuestra que el modelo a presentar, ha sido bien planteado; debido a que la variabilidad al 63,8% de la variable: "Programa de Mejora", es comprendida, explicada por la gestión de las empresas. Por tanto podemos

indicar que el Programa de Mejora de Sistemas de Gestión en Empresas de Servicios Turísticos (MGE) influye en el 63,8% de la gestión de las empresas intervenidas en el 2014.

Tabla 10.

Nivel de significación

ANOVA ^a					
Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Regresión	3709,285	1	3709,285	234,250	,000 ^b
1 Residual	2106,019	133	15,835		
Total	5815,304	134			

a. Variable dependiente: Gestión de las empresas

b. Variables predictoras: (Constante), Programa de Mejora

R^2 es significativo dado que $F_{obs} = 234,250$ y $F_{\alpha}(1,1326)$ donde $\alpha = 0,05$ es igual a 5,17, el cual se tiene que $F_{obs} > F_{\alpha}$ ($234,250 > 5,17$); a partir de esta comparación se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, por tanto, R^2 al ser significativo, podemos indicar que existe dependencia entre el Programa de mejora y la Gestión de las empresas.

Tabla 11.

Nivel de significación estadística de los coeficientes y la ecuación

Modelo	Coeficientes ^a			t	Sig.
	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados		
	B	Error típ.	Beta		
(Constante)	8,538	5,354		1,595	,113
Programa de Mejora	3,446	,225	,799	15,305	,000

a. Variable dependiente: Gestión de empresas

Haciendo un análisis de los resultados expuestos, se puede observar que la variable, Programa de mejora, tiene influencia en la Gestión de empresas, debido a que resulta una significación estadística, menor a 0,05. Por lo tanto, se puede señalar que la variable “Programa de Mejora”, influye en la Gestión de empresas, este mismo hecho se presenta en la columna de valores de Beta; en el que se puede observar el valor de 0,799, de igual manera, al establecer la ecuación lineal, hacemos uso de los datos de los coeficientes B, dando como resultado, la siguiente ecuación:

$$y = b_0 + b_1 x$$

Donde “y”, representa la variable Gestión de empresas, mientras que “x” representa el Programa de Mejora. Por lo tanto:

$$y = 8,538 + 3,446x$$

Por último, y teniendo en cuenta lo analizado, a través de la prueba de análisis de regresión, se puede concluir que: El Programa de mejora, influye significativamente en un 63,8% en la gestión de las empresas.

3.1.6. Prueba de hipótesis específica 1

Ho: El Programa de mejora, no influye en la gestión, permitiendo contar con un colaborador feliz en las empresas intervenidas en el 2014.

Ha: El Programa de mejora, influye en la gestión, permitiendo contar con un colaborador feliz en las empresas intervenidas en el 2014.

Tabla 12.

El coeficiente de determinación entre el Programa de mejora y la gestión de las empresas intervenidas en el 2014 permitiendo contar con un colaborador feliz.

Resumen del modelo^b

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación	Durbin-Watson
1	,543 ^a	,295	,290	1,51733	1,756

a. Variables predictoras: (Constante), Programa de Mejora

b. Variable dependiente: Colaborador Feliz

Al haber realizado el análisis a través del Durbin-Watson, indica su nivel de autocorrelación entre variables, la cual resulto en 1,756, mostrándonos que las variables, no están autocorrelacionadas, entonces diremos que están incorrelacionadas pudiendo así analizar el modelo.

Al respecto, y para el presente estudio, tenemos un coeficiente de determinación R^2 de 0,295, lo que demuestra que el modelo presentado se encuentra bien planteado; debido a que la variabilidad al 29,5% de la variable Programa de Mejora es comprendida, explicada por la gestión de las empresas intervenidas en el 2014 permitiendo contar con un colaborador feliz. Por tanto, podemos indicar que el Programa de Mejora de Sistemas de Gestión en Empresas de Servicios Turísticos (MGE) influye en el 29,5% de la gestión de las empresas intervenidas en el 2014 permitiendo contar con un colaborador feliz.

Tabla 13.

Nivel de significación

ANOVA ^a					
Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Regresión	128,212	1	128,212	55,689	,000 ^b
1 Residual	306,203	133	2,302		
Total	434,415	134			

a. Variable dependiente: Colaborador Feliz

b. Variables predictoras: (Constante), Programa de Mejora

R^2 es significativo, debido a que $F_{obs} = 55,689$ y $F_{\alpha}(1,1326)$ donde $\alpha = 0,05$ es igual a 5,17, el cual se tiene que $F_{obs} > F_{\alpha}$ ($55,689 > 5,17$); debido a esto se rechaza la hipótesis nula y queda por aceptada la hipótesis alterna. Por tanto, R^2 al ser significativo, se puede establecer que existe dependencia entre el Programa de

Mejora de Sistemas de Gestión de Empresas de Servicios Turísticos y la Gestión de las empresas intervenidas en el 2014 permitiendo contar con un colaborador feliz.

Tabla 14. Nivel de significación estadística de los coeficientes y la ecuación

Modelo	Coeficientes ^a			t	Sig.
	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados		
	B	Error típ.	Beta		
(Constante)	3,633	2,042		1,779	,077
Programa de Mejora	,641	,086	,543	7,463	,000

a. Variable dependiente: Colaborador Feliz

Respecto al resultado obtenido, apreciamos que la variable: Programa de Mejora, influye en la Gestión de empresas permitiendo contar con un colaborador feliz, debido a que resulta un nivel de significación estadística, por debajo a 0,05. Por lo expuesto, se afirma que la variable Programa de Mejora, influye en la Gestión de empresas, permitiendo contar con un colaborador feliz, esto mismo, se replica en la columna de valores de Beta; donde podemos apreciar el valor de 0,543. Para obtener la ecuación línea, hacemos uso de los datos de los coeficientes B, teniendo como resultante la siguiente ecuación:

$$y = b_0 + b_1 x$$

Donde “y”, representa la variable Gestión de empresas, permitiendo contar con un colaborador feliz, mientras que “x” representa el Programa de Mejora. Por lo tanto:

$$y = 3,633 + 0,641x$$

Por último, y teniendo en cuenta el análisis realizado, a través de la prueba de análisis de regresión, podemos afirmar que: El Programa de mejora, influye significativamente en un 29,5% en la gestión de las empresas permitiendo contar con un colaborador feliz.

3.1.7. Prueba de hipótesis específica 2

Ho: El Programa de Mejora, no influye en la gestión, permitiendo contar con un cliente feliz en las empresas intervenidas en el 2014.

Ha: El Programa de Mejora, influye en la gestión, permitiendo contar con un cliente feliz en las empresas intervenidas en el 2014.

Tabla 15.

El coeficiente de determinación entre el Programa de mejora y la gestión de las empresas que permite contar con un cliente feliz.

Resumen del modelo^b

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación	Durbin-Watson
1	,676 ^a	,457	,453	1,35029	1,851

a. Variables predictoras: (Constante), Programa de Mejora.

b. Variable dependiente: Cliente Feliz.

Al haber realizado el análisis a través del Durbin-Watson, indica su nivel de autocorrelación entre variables, la cual resulto en 1,851, mostrándonos que las variables, no están autocorrelacionadas, entonces diremos que están incorrelacionadas pudiendo así analizar el modelo.

Al respecto, y para el presente estudio, tenemos un coeficiente de determinación R^2 de 0,457, lo que demuestra que el modelo presentado se encuentra bien planteado; debido a que la variabilidad al 45,7% de la variable Programa de Mejora, es comprendida, explicada por la gestión de las empresas intervenidas en el 2014 permitiendo contar con un cliente feliz. Por tanto, podemos indicar que el Programa de Mejora de Sistemas de Gestión en Empresas de Servicios Turísticos (MGE) influye en el 45,7% de la gestión de las empresas intervenidas en el 2014 permitiendo contar con un cliente feliz.

Tabla 16.

Nivel de significación

ANOVA^a					
Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Regresión	204,139	1	204,139	111,962	,000 ^b
1 Residual	242,498	133	1,823		
Total	446,637	134			

a. Variable dependiente: Cliente Feliz

b. Variables predictoras: (Constante), Programa de Mejora.

R^2 es significativo dado que $F_{obs} = 111,962$ y $F_{\alpha}(1,1326)$ donde $\alpha = 0,05$ es igual a 5,17, el cual se tiene que $F_{obs} > F_{\alpha}$ ($111,962 > 5,17$); debido a esto se rechaza la hipótesis nula y queda por aceptada la hipótesis alterna. Por tanto, R^2 al ser significativo, se puede establecer que existe dependencia entre el Programa de Mejora de Sistemas de Gestión de Empresas de Servicios Turísticos y la Gestión de las empresas intervenidas en el 2014 permitiendo contar con un cliente feliz.

Tabla 17.

Nivel de significación estadística de los coeficientes y la ecuación

Modelo	Coeficientes^a			t	Sig.
	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados		
	B	Error típ.	Beta		
(Constante)	,163	1,817		,090	,929
Programa de Mejora	,808	,076	,676	10,581	,000

a. Variable dependiente: Cliente Feliz

Después del análisis de los resultados, se observa que la variable Programa de Mejora, influye en la Gestión de empresas, permitiendo contar con un cliente feliz, ya que evidencia un nivel de significación estadística menor a 0,05. Por lo expuesto, afirmamos que la variable Programa de Mejora, influye en la Gestión de

empresas, permitiendo contar con un cliente feliz, este mismo resultado se presenta en la columna de valores de Beta; en donde podemos observar el valor de 0,676, lo que nos permite establecer la ecuación lineal, y utilizamos los datos de los coeficientes B, dando como resultante la siguiente ecuación:

$$y = b_0 + b_1 x$$

donde “y” representa la variable Gestión de empresas, permitiendo contar con un cliente feliz, mientras que “x” representa el Programa de Mejora. Por lo tanto:

$$y = 0,163 + 0,808x$$

Por último, teniendo en cuenta el análisis realizado a través de la prueba de análisis de regresión, concluimos que: El Programa de mejora, influye significativamente en un 45,7% en la gestión de las empresas, permitiendo contar con un cliente feliz.

3.1.8. Prueba de hipótesis específica 3

Ho: El Programa de Mejora, no influye en la gestión, permitiendo contar con procesos eficientes en las empresas intervenidas en el 2014.

Ha: El Programa de Mejora, influye en la gestión, permitiendo contar con procesos eficientes en las empresas intervenidas en el 2014.

Tabla 18.

El coeficiente de determinación entre el Programa de Mejora y la gestión de las permitiendo contar con procesos eficientes

Resumen del modelo^b

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación	Durbin-Watson
1	,620 ^a	,385	,380	1,93581	1,950

a. Variables predictoras: (Constante), Programa de Mejora.

b. Variable dependiente: Procesos eficientes

Al haber realizado el análisis a través del Durbin-Watson, indica su nivel de autocorrelación entre variables, la cual resulto en 1,950, mostrándonos que las

variables, no están autocorrelacionadas, entonces diremos que están incorrelacionadas pudiendo así analizar el modelo.

Al respecto, y para el presente estudio, tenemos un coeficiente de determinación R^2 de 0,385, lo que demuestra que el modelo presentado se encuentra bien planteado; debido a que la variabilidad al 38.5% de la variable Programa de Mejora, es comprendida, explicada por la gestión de las empresas, permitiendo contar con procesos eficientes. Por tanto, podemos indicar que el Programa de Mejora, influye en el 38,5% de la gestión de las empresas intervenidas en el 2014 permitiendo contar procesos eficientes.

Tabla 19.

Nivel de significación

ANOVA ^a					
Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Regresión	311,601	1	311,601	83,152	,000 ^b
1 Residual	498,399	133	3,747		
Total	810,000	134			

a. Variable dependiente: Procesos eficientes

b. Variables predictoras: (Constante), Programa de Mejora

R^2 es significativo dado que $F_{obs} = 83,152$ y $F_{\alpha}(1,326)$ donde $\alpha = 0,05$ es igual a 5,17, el cual se tiene que $F_{obs} > F_{\alpha}$ ($83,152 > 5,17$); debido a esto se rechaza la hipótesis nula y queda por aceptada la hipótesis alterna. Por tanto, R^2 al ser significativo, se puede establecer que existe dependencia entre el Programa de Mejora de Sistemas de Gestión de Empresas de Servicios Turísticos y la Gestión de las empresas intervenidas en el 2014 permitiendo contar con procesos eficientes.

Tabla 20.

Nivel de significación estadística de los coeficientes y la ecuación

Coeficientes ^a					
Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.
	B	Error típ.	Beta		
(Constante)	-2,370	2,605		-,910	,365
Programa de Mejora	,999	,110	,620	9,119	,000

a. Variable dependiente: Procesos eficientes

Respecto a los resultantes alcanzados, podemos observar que la variable Programa de Mejora influye en la Gestión de empresas, permitiendo contar con procesos eficientes, debido a que demuestra un nivel de significación estadística por debajo de 0,05. Por lo expuesto, afirmamos que la variable Programa de Mejora, influye en la Gestión de empresas, permitiendo contar con procesos eficientes. Lo expuesto se replica en la columna de valores de Beta; donde se aprecia el valor de 0,620. De igual forma, para la ecuación lineal hicimos uso de los datos de los coeficientes B, alcanzando como resultante la siguiente ecuación:

$$y = b_0 + b_1 x$$

donde “y”, representa la variable Gestión de empresas permitiendo contar con procesos eficientes, mientras que “x” representa el Programa de Mejora. Por lo tanto:

$$y = -2,370 + 0,999x$$

Para finalizar, según todo lo analizado anteriormente por medio de la prueba de regresión concluimos que: El Programa de mejora, influye significativamente con 38,5% en la gestión de las empresas, permitiendo contar con procesos eficientes.

3.1.9. Prueba de hipótesis específica 4

Ho: El Programa de Mejora, no influye en la gestión de empresas, permitiendo contar con una mejora continua en las empresas intervenidas en el 2014.

Ha: El Programa de Mejora, influye en la gestión de empresas, permitiendo contar con una mejora continua en las empresas intervenidas en el 2014.

Tabla 21.

El coeficiente de determinación entre el Programa de mejora y la gestión de empresas, permitiendo contar con la mejora continua.

Resumen del modelo^b

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error tip. de la estimación	Durbin-Watson
1	,643 ^a	,413	,408	1,83326	1,797

a. Variables predictoras: (Constante), Programa de Mejora

b. Variable dependiente: Mejora continua

Al haber realizado el análisis a través del Durbin-Watson, indica su nivel de autocorrelación entre variables, la cual resulto en 1,750, mostrándonos que las variables, no están autocorrelacionadas, entonces diremos que están incorrelacionadas pudiendo así analizar el modelo.

Al respecto, y para el presente estudio, tenemos un coeficiente de determinación R^2 de 0,413, lo que demuestra que el modelo presentado se encuentra bien planteado; debido a que la variabilidad al 41,3% de la variable Programa de Mejora, es comprendida, explicada por la gestión de las empresas, permitiendo contar con una mejora continua. Por tanto, podemos indicar que el Programa de Mejora de Sistemas de Gestión en Empresas de Servicios Turísticos (MGE) influye en el 41,3% de la gestión de las empresas intervenidas en el 2014 permitiendo contar con una mejora continua.

Tabla 22.

Nivel de significación

ANOVA ^a					
Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Regresión	314,269	1	314,269	93,510	,000 ^b
1 Residual	446,990	133	3,361		
Total	761,259	134			

a. Variable dependiente: Mejora continua.

b. Variables predictoras: (Constante), Programa de Mejora.

R^2 es significativo dado que $F_{obs} = 93,510$ y $F_{\alpha}(1,326)$ donde $\alpha = 0,05$ es igual a 5,17, el cual se tiene que $F_{obs} > F_{\alpha}$ ($93,510 > 5,17$); debido a esto se rechaza la hipótesis nula y queda por aceptada la hipótesis alterna. Por tanto, R^2 al ser significativo, se puede establecer que existe dependencia entre el Programa de Mejora de Sistemas de Gestión de Empresas de Servicios Turísticos y la Gestión de las empresas intervenidas en el 2014 permitiendo contar con una mejora continua.

Tabla 23.

Nivel de significación estadística de los coeficientes y la ecuación

Coeficientes ^a					
Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.
	B	Error típ.	Beta		
(Constante)	-2,878	2,467		-1,167	,245
Programa de Mejora	1,003	,104	,643	9,670	,000

a. Variable dependiente: Mejora continua

De acuerdo al resultado, tenemos que la variable Programa de Mejora, influye en la Gestión de empresas, permitiendo contar con una mejora continua, porque su significado estadístico es menor a 0,05. Por lo que podemos afirmar que la variable en mención, influye en la Gestión de empresas, permitiendo contar con una mejora continua, la misma que será explicada en la columna beta; en la que veremos este valor de 0,643, de tal manera que se forme la ecuación lineal utilizamos los datos de los coeficientes B, resultando la ecuación:

$$y = b_0 + b_1 x$$

En la que “y” es la variable Gestión de empresas, permitiendo contar con una mejora continua, mientras que “x” representa el Programa de Mejora. Por lo tanto:

$$y = -2,878 + 1,003x$$

Para finalizar según lo antes analizado por medio de pruebas de análisis de regresión concluimos que: El Programa de mejora, influye significativamente ya que el 41,3% en la gestión de las empresas intervenidas en el 2014 permitiendo contar con una mejora continua.

IV. Discusión

4.1 Discusión de Resultados

La investigación que presento tiene como finalidad reconocer y explicar cómo que fluye el Programa MGE, sobre gestión de Empresas, de las que fueron intervenidas en el año 2014. Esto partiendo de la relación entre el Programa MGE, a través de sus fases de intervención, las cuales son Capacitación asistencia técnica y evaluación y la gestión de las empresas intervenidas en el año 2014, a través de los procesos que se desarrolla para asegurar una adecuada gestión empresarial.

Según el resultado tenido del presente estudio se puede decir que el Programa (MGE), influye significativamente en un 63,8% en la gestión de las empresas intervenidas en el 2014 y que influye positivamente en cada uno de los procesos clave para una adecuada gestión empresarial, según lo propuesto por el Programa MGE.

Estos resultados contrastan con la opinión de expertos en la que señalan factores claves para lograr eficiencia en el desempeño de empresas de servicios, que para el caso de nuestra investigación realizada, nos referimos a empresas de servicios turísticos. Al respecto Maldonado, C. y Hernández, G. (2011) señalan los cuatro factores vitales para brindar un servicio de calidad por la empresa turística; la imagen, puesto que de la presentación de los productos y atención que reciban los turistas por parte de los dueños y trabajadores de la empresa, ello es reflejo de la cultura local y es muy tomado en cuenta por el visitante para su posible regreso o difusión en el extranjero; La funcionalidad de la empresa, que tiene que ver con brindar servicios eficientes y productos óptimos; seguridad, que por los tiempos que vivimos, es muy importante para el turista; higiene, básico para prestar un servicio de primer nivel.

Procurar servicios de calidad que permita un elevado grado de satisfacción del cliente – turista – a través de empresas que sean sostenibles, es una preocupación del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, quien a través del Programa para la Mejora de la Calidad de los Servicios Turísticos – Caltur, viene

implementado intervenciones orientadas a lograr servicios de calidad. En la investigación realizada por Cayo y Arcaya, 2012, titulada “Grado de Satisfacción de los Servicios Turísticos En la Ciudad de Puno 2011 – Perú”, publicada en la Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo (Edic. Jun, 2013), se expone elementos necesarios de considerar, los que fueron recogidos a partir de la opinión directa de los turistas consultados, quienes nos dicen que lo que a ellos les parece más importante para sentirse satisfechos que lo los lugares sean limpios, este seguros y las personas que los atienden tenga un trato adecuado, basados en el respeto y la consideración que prestan las empresas turísticas, señalando que el trato de la comunidad les ha permitido sentirse a gusto. Dicho estudio ejemplifica cuando una empresa recibe la insatisfacción de los clientes y esto porque lo que se le brindó a través de los servicios recibidos por las empresas estuvo por debajo de sus expectativas, a diferencia de los lugares y atractivos turísticos, en donde se encontró personas de la comunidad que desarrollaron una adecuada atención a los visitantes.

El análisis de los resultados, nos permite confirmar que la variable Programa de Mejora, influye en la Gestión de empresas, la que influye positivamente en la mejora continua, presentando una significación estadística menor a 0,05. Para Aguilar Morales (2010), cuando se refiere al mejoramiento continuo hace referencia a que nada es conceptuado como terminado. Por lo mismo que nada es estático entonces siempre se está en constante cambio por lo que siempre tendremos la oportunidad de cambiar y mejorar. Dice que nada en esta vida es estática muy por el contrario vivimos en un constante proceso de evolución que es parte de nuestra naturaleza. Señala que estos conceptos no solo son aplicados a las personas sino también a las actividades que se dan dentro de las empresas y organizaciones.

Para el Programa MGE, procurar que las empresas entiendan la importancia de la mejora continua y que su desarrollo no es algo acabado, es un reto importante, por ello apunta a incorporar una cultura hacia la calidad, la que introduce desde su fase de capacitación y posteriormente a través de la asistencia técnica, reflexionado e identificando con el empresario respecto a los puntos críticos que tiene cada empresa y que no le permite desarrollarse. En cada

intervención se le induce al empresario a la aplicación de las 5 “S”, la cual es una técnica que proporciona excelentes resultados debido a su sencillez y efectividad. La aplicación de esta técnica permite la mejora en las medidas de calidad, reducción y posterior anulación de tiempos sin uso o mal utilizados y una considerable disminución en sus costos, en la implementación de los procesos. Es por ello que el Programa apela al compromiso del empresario con el fin de lograr que la empresa intervenida sea un auténtico modelo de organización, en la que el colaborador y el cliente estén satisfechos y desarrollen procesos eficientes.

En las hipótesis planteadas se afirma que el Programa – MGE, influye sobre la gestión, permitiendo contar con colaboradores felices, clientes felices y procesos eficientes. Los procesos eficientes se incorporan a las empresas a través de los empresarios y colaboradores, a quienes se les hace conocer y aplicar en la empresa un punto de vista que mejoren sus procesos, que les permita mejorar la calidad del servicio y que cuente con lugares donde se desarrollen mejor, teniendo orden, organización y limpieza y así lograr una mejor productividad, eficiencia en el servicio y mejor entorno laboral.

Lo anterior, se contrasta con lo señalado por José Pérez Fernández, quien en la 5° Edición de su libro *Gestión por Procesos* (2011, p 158), señala respecto a la gestión por procesos y procesos eficientes: “que la eficacia será identificada según cuan satisfecho esté el cliente, o los interesados que reciban el bien o servicio, según las actividades que hayan añadido su valor. Entonces diremos que fue un proceso eficaz si el cliente, en nuestro caso el turista percibe el valor añadido en las actividades realizadas. Existirán ocasiones en las que dichas actividades sean eficientes, pero ineficaces, esto depende la desde donde está siendo analizada y con la valoración que le dé el cliente, por recibir el valor máximo por su dinero.

Es precisamente, en este punto, donde profundiza el Programa MGE, en buscar la estandarización de los procesos con el fin de lograr que las empresas dedicadas al servicio turístico, en sus distintos rubros: hospedaje, restaurantes o agencias de viajes, sean sostenibles y perduren brindando servicios de calidad. Finalmente, el sector turístico, se encuentra en el Perú aun en un proceso de desarrollo y para afianzar esto se requiere de empresas sostenibles que puedan

recibir a cada vez un mayor número de turistas en cada destino del país, y es en este punto donde el Programa MGE, brinda herramientas de gestión para la sostenibilidad de las empresas.

V. Conclusiones

Primera:

El Programa de Mejora de Sistemas de Gestión en Empresas de Servicios Turísticos (MGE), influye significativamente ya que el 63,8% en la gestión de las empresas intervenidas en el 2014 ($R^2 = 0,638$ y sig. $<0,05$).

Segunda:

El Programa de Mejora de Sistemas de Gestión en Empresas de Servicios Turísticos (MGE), influye significativamente en un 29,5% en la gestión de las empresas intervenidas en el 2014 permitiendo contar con un colaborador feliz ($R^2 = 0,295$ y sig. $<0,05$).

Tercera:

El Programa de Mejora de Sistemas de Gestión en Empresas de Servicios Turísticos (MGE), influye significativamente ya que el 45,7% en la gestión de las empresas intervenidas en el 2014 permitiendo contar con un cliente feliz ($R^2 = 0,457$ y sig. $<0,05$).

Cuarta:

El Programa de Mejora de Sistemas de Gestión en Empresas de Servicios Turísticos (MGE), influye significativamente ya que el 38,5% en la gestión de las empresas intervenidas en el 2014 permitiendo contar con procesos eficientes ($R^2 = 0,385$ y sig. $<0,05$).

Quinta:

El Programa de Mejora de Sistemas de Gestión en Empresas de Servicios Turísticos (MGE), influye significativamente en un 41,3% en la gestión de las empresas intervenidas en el 2014 permitiendo contar con una mejora continua ($R^2 = 0,413$ y sig. $<0,05$).

VI. Recomendaciones

Primera.

A partir de los resultados alcanzados por el programa y el efecto en las empresas de servicios turísticos, es conveniente continuar con este tipo de ejecuciones del Programa y ampliar su intervención a otras empresas que prestan servicios en las regiones donde se encuentran los principales destinos turísticos del país:

Segunda.

A las empresas, se le recomienda asegurar buenas condiciones al colaborador interno, como medio que asegure un mejor rendimiento y que redunde en la satisfacción del cliente, es decir del turista.

Tercera.

Se recomienda a las empresas prestadoras de servicios turísticos, implementar sistemas de gestión, que asegure el mejoramiento de la calidad en el servicio turístico, lo que permitirá la satisfacción del cliente y la mejora y rentabilidad de la empresa.

Cuarta.

Extender y continuar con la ejecución del Programa MGE, debido a que ha demostrado eficiencia y efectividad en las ejecuciones que ha realizado a nivel nacional, debiendo de ampliar su accionar a otras empresas y articulando el programa con otros similares, con el fin de generar un mejor impacto y sostenibilidad de las empresas prestadoras de servicios turísticos.

Quinta.

Procurar la implementación de incentivos que fortalezca el interés de los empresarios en participar del programa y continuar implementando mejoras orientadas a elevar la calidad del servicio al turista.

Sexta.

Diseñar para el proceso de capacitación temas complementarios, que permitan fortalecer nuevas necesidades, de las empresas que ayuden a la buena gestión y sostenibilidad de las mismas, pero sobretodo la satisfacción del turista. .

VII. Referencias

- Acuña, N. (2013). *Mercado de Turismo en Perú: Plan de Negocios para un Operador Turístico*. (Tesis de Maestría). Recuperada de <https://cutt.ly/Zf04fGo>
- Aguilar, J. (2010). *La mejora continua*. Network de psicología organizacional. Asociación oaxaqueña de Psicología A.C. México
- Aparicio, M. (2013). *El reto del turismo en los espacios naturales protegidos españoles: la integración entre conservación, calidad y satisfacción*. Memoria para optar al grado de Doctor. Universidad complutense de Madrid. Facultad de Ciencias Económicas y empresariales. Madrid, España.
- Ascanio, A. (2009). *El turismo cultural: gestión de partes interesadas y la complejidad del equilibrio*. Pasos, revista de turismo y patrimonio cultural, 7 127-131.
- Avalos, María José (2012). *"Análisis de presencia de modelos de gestión en las empresas turísticas de la zona de Crucita, provincia de Manabí"*. Pontificia Universidad Católica de Ecuador.
- Baez, L. (2010). *Guía para el desarrollo y fortalecimiento de organizaciones empresariales rurales*. Santiago de Chile. Recuperado de: <https://cutt.ly/lf04Gqp>
- Banca de Desarrollo Nacional financiera (2013). *Asistencia técnica*. México. Recuperado de: <https://cutt.ly/8f04GBx>
- Barreto, A. y Azeglio A. La Problemática de la Gestión del Capital Humano en las Mipymes de Alojamiento Turístico de la Ciudad de Buenos Aires – Argentina. Revista: Estudios y Perspectivas en Turismo Vol. 22. Universidad de Quilmes – Argentina.

- Belotserkovskiy, R. (2005). *Investigación y desarrollo de un tablero de mando para la gestión empresarial basada en el sistema de gestión estratégica "Balance Scorecard"*. Tesis para optar el título de Ingeniero Industrial. Pontificia Universidad católica del Perú. Facultad de Ciencias e Ingeniería. Lima, Perú.
- Benzaquen, J (Marzo, 2013). *Calidad en las empresas latinoamericanas: El caso peruano*. Revista: Globalización, Competitividad & Gobernabilidad, Perú, 41-59. Recuperado de: <https://cutt.ly/rf04JyU>
- Bernal, C. (2015). *Metodología de la Investigación*. Pearson Educación de Colombia Ltda
- Berry, L. y Parasuraman, A. (1993). *Marketing de Servicios: la calidad como meta*. Barcelona: Parramón
- Campo, A. y Nayrobi, C. (2013). *Diseño de un plan de acción para la difusión de la convención colectiva dirigido al personal base de la planta procesadora de conservas marinas, alimentos polar comercial, C.A- planta enlatados Mariguitar*. Año 2012. Escuela de Ciencias Sociales, Universidad de Oriente, Cumaná. Recuperado de:
<http://ri.biblioteca.udo.edu.ve/bitstream/123456789/3861/1/tesiscampon.pdf>
- Castellucci, D. (Abril de 2011). *Sistemas de Calidad en Turismo: Posibilidades y restricciones de su implementación en Mar de Plata*. Recuperado de Secretaría de investigación. Centro de documentación:
http://nulan.mdp.edu.ar/1330/1/castellucci_di.pdf
- Castro, L. (julio, 2012). *Formación y desarrollo de competencias gerenciales para los gestores hoteleros*. Cuadernos de Administración (Edic. jul), 64-76. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5006548>
- Cayo, N. y Arcaya, L. (Enero, 2013). *Grado de Satisfacción de los Servicios Turísticos En la Ciudad de Puno 2011 – Perú*. Revista COMUNI@CCIÓN: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo, Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4491733>

- Celestino, A. y Biencinto, C. (2012). La Satisfacción del cliente externo en organizaciones de fitness. Estudio Empírico en Centros de la Comunidad de Madrid. Revista: European Journal of Human Movement. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4775311>
- Cenfotur/BID (2000). *Niveles de calidad de los Servicios Turísticos en el Perú*. Lima.
- Chávez, N. (2011). *La felicidad y el happy manager: una estrategia para impulsar el bienestar y desarrollo de una organización*. Recuperado el 22 de Julio de 2015. De: <https://cutt.ly/vf04DcK>
- Chávez, Z. (2013). *Influencia de la Gestión de la Calidad del Servicio en la Satisfacción del Cliente del Operador Turístico Muchick, Tours SAC, en el Distrito de Trujillo en el periodo 2012-2013*. Universidad Nacional de Trujillo.
- Chiang, M. et al. (2012). *Cómo Influye la Satisfacción Laboral Sobre el Desempeño: Caso Empresa de Retail*. Revista *Theoria, Ciencia, Arte y Humanidades*. Recuperado de: <https://cutt.ly/Tf04SSo>
- Chiang, M. et al. (2012). *Relación del clima organizacional y la satisfacción laboral con los resultados, en grupos de docentes de instituciones de educación superior*. Icade. Revista de La Facultad de Derecho, (72), 49-74. Recuperado de: <https://revistas.comillas.edu/index.php/revistaicade/article/view/407>
- Chiavenato, I. (2008). *Gestión del talento humano*. Mc Graw Hill.
- Conde, L (2012). *Análisis de las actividades de las empresas del - sector del turismo activo de la provincia de Huelva*. Revista Digital. Buenos Aires, Año 17, N° 168, Universidad de Sevilla – España.
- Córdoba, A. (2010). *Evaluación Educativa*. Congreso Iberoamericano de Educación. Buenos Aires - Argentina. Recuperado de: <https://cutt.ly/Ff04AHa>

- Departamento de comunicaciones (2014). *Guía para la elaboración e implementación del Plan de mejora institucional*. Recuperado de <https://cutt.ly/vf04kfS>
- Esparza, A., et al. (2010). *La cultura empresarial en la gestión de las empresas familiares: Una aproximación teórica*. *Investigación y Ciencia*. Revista: Investigación y Ciencia, Vol. 18, Núm. 47. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=674/67413393003>
- Eurosocial (2013). *Guía práctica de intervención. Metodología para la asistencia técnica pública*. Madrid. Recuperado de es.slideshare.net/eurosocial-II/eurosocial-guia-practica-intervención
- Federación Española de Municipios y Provincias (2008). *Modelos de Gestión turística local*. Principios y prácticas. Madrid: Gráficas Tramacolor
- Forero, Carlos (2014). *El Sistema de Gestión Calidad como Herramienta Fundamental para Lograr Competitividad*. Universidad Militar Nueva Granada - Facultad Estudios a Distancia. Colombia – Bogotá. Recuperado de: <https://cutt.ly/Yf04zpY>
- Gómez, M., Mondejar, J., Sevilla, C. (2005). *Gestión del turismo cultural y de ciudad*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- Hernández, R. Fernández C. y Baptista L. (1998). *Metodología de la investigación*. México: Ed. McGraw Hill-Interamericana.
- Hosteltur.com, diario digital, de información turística profesional de España. “El turismo español representa el 15% de las exportaciones”. Edición de julio 2015. Recuperado de: <https://cutt.ly/4f04O3K>
- Hitpass, B. (2014). BPM. Business process management. Fundamentos y conceptos de implementación. BPM center, Universidad técnica Federico Santa María. Santiago de Chile.
- Ibarra Cáceres, T. (2004). *La calidad en el servicio al cliente como estrategia competitiva en los dos principales hoteles de la ciudad de Cúcuta - Colombia [Tesis de Maestría]*. Instituto Politécnico Nacional. México. Disponible en: <https://cutt.ly/ff04I5x>

- Instituto Nacional de Calidad (2011). *Modelo de Mejora Continua*. Uruguay. Recuperado de: https://inacal.org.uy/wp-content/uploads/2018/08/Modelo_Mejora_Continua.pdf
- Instituto para la Calidad Hotelera Española. (2000). *Normas de Calidad para hoteles y apartamentos turísticos*. Madrid: Autor
- Lara, Jorge (2013). *Mercado de Turismo en Perú Plan de Negocios para un Operador Turístico*. Universidad de Chile.
- Ley General de Turismo N° 29408
- Lossada, M., Robles, M. (2014). *Gestión del mejoramiento continuo como estrategia competitiva de empresas de telecomunicaciones inalámbricas*. CICAG (Centro de investigación de ciencias administrativas gerenciales), II (2), 81-94.
- López, A. (2009). *Sistema integrado de gestión para empresas turísticas*. Estudios Gerenciales, 25 (112), 131-150. Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S012359230970083X>
- López – Roldan, P. y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. Edición digital: <http://ddd.uab.cat/record/129382>
- Maldonado, C. y Hernández, G. (2011). *Guía para Autogestión de calidad. Servicios turísticos comunitarios*. Lima: Oficina internacional de Trabajo
- Martínez, José (2012). *Gestión de Empresas Turísticas e Inmigración en Canarias Utilizando el Modelo de Rasch*. Universidad de La Laguna.
- Marsano, J. (Setiembre, 2014). “El impacto económico del turismo en el Perú 1990 – 2012”. *Revista Turismo y Patrimonio*. Recuperado de <http://ojs.revistaturismoypatrimonio.com/index.php/typ/article/view/51/42>
- Másmela, R. (2014). *Cómo implementar Sistemas para la Gestión de Proyectos en Organizaciones de Desarrollo de Software*. Recuperado de: <https://cutt.ly/Wf04x77>
- Mincetur. (2012). *Guía Metodológica del Facilitador: Facilitando Procesos de Aprendizaje de Mejora de Sistemas de Gestión para Empresas de Servicios Turísticos*. Recuperado de: <https://cutt.ly/Gf04vwU>

- Mincetur (2011). *Plan Nacional de Calidad Turística*. Lima: Autor
- Mincetur (2013). *Pentur. Plan estratégico nacional de turismo 2012-2021*. Lima: Forma e imagen
- Ministerio de Hacienda de El Salvador (2013). *Plan de Capacitación y Asistencia Técnica para la implementación de la Reforma del Sistema de Presupuesto*. Recuperado de: <https://cutt.ly/lf04UKV>
- Ministerio de Educación (2015). *Guía de orientación para la Asistencia Técnica para el cumplimiento de Compromisos de Desempeño 2015*. Lima: Ministerio de Educación. Recuperado de: <https://cutt.ly/Rf04bgH>
- Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social – MIDIS (2013). *Guía de Supervisión y Asistencia Técnica a los Comités de Alimentación Escolar*. Lima, Perú. Recuperado de: <https://cutt.ly/if04naO>
- Molano, J. (2010). *Gestión De Sistemas De Integración Empresarial Desde Una Perspectiva Biológica*. Universidad Nacional de Colombia – Bogotá.
- Moliner, B. (2011). *Causas y consecuencias de la insatisfacción en consumidores con atribuciones externas*. Cuadernos de gestión, 11(1), 37-58. Universidad de Valencia / Universidad Pablo de Olavide.
- Montes, A. (2013). *La Informalidad y el Papel de la Cámara de Comercio de Pereira en Pro del Desarrollo Empresarial*. Universidad Católica de Pereira, 2013. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10785/1738>
- Montoya, L. (2010). *Gestión de Sistemas de Integración Empresarial Desde una Perspectiva Biológica*. (Tesis de Doctorado). Recuperado de: <https://cutt.ly/of04YSu>
- Monsalve, C. y Hernández, S. (2015). *Gestión de la calidad del servicio en la hotelería como elemento clave en el desarrollo de destinos turísticos sostenibles: caso Bucaramanga*. Revista EAN N°78 – 2015. Recuperado de: <https://cutt.ly/bf04TJD>
- Oquendo, B. (2010). *Programa de Capacitación para una Empresa de Servicios de Soluciones para el Manejo de Documentos*. (Tesis de Titulación). Recuperado de: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/03/03_3666.pdf

- Paredes, N. (2011). *Los contenidos. Conceptuales, procedimentales y actitudinales*. Universidad Santa María, Caracas. Recuperado de es.slideshare.net/neilparedes08/los-contenidos-10127479
- Pérez, J. (2012). *Gestión por Procesos*. Recuperado de: <https://cutt.ly/rf04RXv>
- Peña, R. y Rugeles, J. (2013). *Establecimiento de la base documental para la implementación de la norma NTC ISO/IEC 17025:2005 en el laboratorio de agua potable de la compañía de servicios públicos domiciliarios S. A.* Universidad Tecnológica de Pereira. Recuperado de: <https://cutt.ly/Pf04mUi>
- Pepper, S. (2011). *Definición de gestión por procesos*. Acreditación de prestadores institucionales en Chile. Recuperado el 22 de Julio de 2015. De: www.medwave.cl/link.cgi/medware/series/GES03-A/5032
- Poller, G. (2014). *Contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales*. Programa de perfeccionamiento profesional en formación integral del docente universitario. Universidad Fermín Toro. Recuperado de es.slideshare.net/giosiannap/contenidos-35210755
- Rico, S. (2014). *La importancia de la capacitación en la productividad*. Recuperado de: <https://cutt.ly/Sf04Qvl>
- Rodríguez, A. (2012). *Propuesta de mejoras para la gestión de los Servicios Técnicos en los Hoteles del grupo Cubanacán - Playa Santa Lucía*. Universidad de Camagüey. Cuba.
- Rodríguez, E. (2010). *Estilos de liderazgo, cultura organizativa y eficacia: Un estudio empírico en pequeñas y medianas empresas*. Rev. de Ciencias Sociales (RCS) Vol. XVI, N°4, Octubre-Diciembre 2010, pp. 629 – 641. Universidad del Zulia Maracaibo, Venezuela.
- Sagaon, J. (2011). *Ejecución y Control de los Planes de Acción*. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Escuela Superior Huejutla. Recuperado de: <https://cutt.ly/Nf04WWN>
- Significados: Descubrir lo que significa, conceptos y definiciones (2013-2015). Significado de plan de acción. Recuperado de www.significados.com/plan-de-accion/

- Solorzano, G., y Aceves, J. (2013). *Importancia de la calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas*. El Buzón de Pacioli, 7-8.
- Uribe, M. (2013). *Modelo de gestión de la calidad en el servicio al cliente: propuesta para las grandes superficies*. Revista Lebret. N° 5 – 2013. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=140164>
- Villavicencio, R. (2014). *Calidad de servicio en el área de carga y encomiendas y la satisfacción de los clientes de la empresa Transportes Línea S.A. Trujillo 2013*. Tesis para optar el Título de Licenciado en Administración. Universidad Nacional de Trujillo. Facultad de Ciencias Económicas. Escuela Académico Profesional de Administración. Trujillo, Perú.
- Yuni, J. & Urbano, C. (2014). *Técnicas para investigar: recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación*. Edit. Brujas.
- Zegarra, A. (2013). *Influencia de la gestión de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente del operador turístico Muchik Tours S.A.C en el distrito de Trujillo en el periodo 2012-2013. (Tesis Título)*. Recuperado de: <https://cutt.ly/Wf04ETD>

Anexos

Anexo 1. Matriz de consistencia

Título: El Programa de Mejora de Sistemas de Gestión de Empresas de Servicios Turísticos – MGE, en la Gestión en Empresas Intervenidas en el 2014.

2.2 PROBLEMA	2.6 OBJETIVOS	3.1 HIPOTESIS	3.2 VARIABLES E INDICADORES			
<p>Problema general:</p> <p>¿Cómo ha influido el Programa de Mejora (Programa MGE), en la gestión de las Empresas intervenidas en el 2014?</p> <p>Problemas Específicos:</p> <p>a. ¿Cómo ha influido el Programa MGE, en la gestión para lograr colaborador feliz en las empresas intervenidas en el 2014?</p> <p>b. ¿Cuál ha influido el Programa MGE, en la gestión para lograr un cliente feliz en las empresas intervenidas en el 2014?</p> <p>c. ¿Cómo ha influido el Programa MGE, en la gestión para lograr procesos eficientes en las empresas intervenidas en el 2014?</p> <p>d. ¿Cómo ha influido el Programa MGE, en la gestión para lograr la mejora continua en las empresas intervenidas en el 2014?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>“Conocer cómo influye el Programa de Mejora (Programa MGE), en la gestión de las empresas intervenidas en el año 2014”.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>a. Conocer cómo influye el Programa MGE, en la gestión de las empresas intervenidas en el 2014 para alcanzar un colaborador feliz.</p> <p>b. Conocer cómo influye el Programa MGE, en la gestión de las empresas intervenidas en el 2014 para alcanzar un cliente feliz.</p> <p>c. Conocer cómo influye el Programa MGE, en la gestión de las empresas intervenidas en el 2014 para alcanzar procesos eficientes.</p> <p>d. Conocer cómo influye el Programa MGE, en la gestión de las empresas intervenidas en el 2014 para alcanzar la mejora continua.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>“El Programa de Mejora (Programa MGE), influye positivamente en la gestión de las empresas intervenidas en el 2014”</p> <p>Hipótesis Específicas</p> <p>a. “El Programa MGE, influye en la gestión, permitiendo contar con un colaborador feliz en las empresas intervenidas en el 2014”.</p> <p>b. El Programa MGE, influye en la gestión, permitiendo contar con un cliente feliz en las empresas intervenidas en el 2014”.</p> <p>c. “El Programa MGE, influye en la gestión, permitiendo contar con procesos eficientes en las empresas intervenidas en el 2014”.</p> <p>d. “El Programa MGE, influye en la gestión, permitiendo contar con una mejora continua en las empresas intervenidas en el 2014”.</p>	V. Independiente: (X): Programa de Mejora.			
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Índice de valoración
			Fase de Capacitación	1. Contenidos 2. Metodología 3. Efecto de la Capacitación.	P001, P002, P003	5= Siempre 4=Casi Siempre 3 = A veces 2= Casi nunca 1 = Nunca
			Fase de Asistencia Técnica	1. Efecto de la Asistencia Técnica 2. Metodología	P004, P005, P006, P007, P008, P009,	
			Fase de Evaluación.	1. Plan de acción 2. Implementación de mejoras	P010, P011.	
			V. Dependiente: (Y) La Gestión en empresas.			
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Índice de valoración
			Colaborador Feliz	1. Cultura Organizativa 2. Satisfacción Laboral:	P001, P002, P003, P004, P005, P006, P007, P008	5= Siempre 4=Casi Siempre 3= A veces 2= Casi nunca 1 = Nunca
			Cliente Feliz	1. Satisfacción del Cliente 2. Servicio	P009, P010, P011, P012, P013, P014, P015, P016,	
			Procesos eficientes	1. Procesos 2. Calidad	P017, P018, P019, P020, P021, P022, P023, P024.	
			Mejora Continua	1. Gestión de la Calidad 2. Procedimientos	P025, P026, P027, P028, P029, P030, P031, P032.	

Anexo 2. Cuestionario

Cuestionario sobre información del Programa de mejora de sistemas de gestión en empresas de servicios turísticos - MGE

Buenos días/tardes/noches. Desde el 2012 el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo ha venido implementando el Programa de Mejora de Sistemas de Gestión en Empresas de Servicios Turísticos, dentro del marco del Plan Nacional de Calidad Turística – Caltur, el que comprende actividades gratuitas de capacitación, asistencia técnica y evaluación. Este Programa va dirigido a diversas empresas, entre las que se encuentra la suya. Actualmente estamos realizando un estudio que nos permita conocer cómo ha influido el Programa MGE en la Gestión de las empresas intervenidas en el 2014. Cabe señalar que la información que nos brinde será utilizada de forma confidencial.

Instrucciones:

Marcar con un aspa o completar los espacios de los recuadros que correspondan. Considerar la siguiente nomenclatura:

Tipo de respuesta	Sigla	Valor
Nunca	N	1
Casi nunca	CN	2
A veces	AV	3
Casi siempre	CS	4
Siempre	S	5

Capacitación		N	CN	AV	CS	S
		1	2	3	4	5
1	Los contenidos impartidos en la fase de capacitación le han permitido contar con un panorama distinto de los sistemas de gestión que debe implementar en su empresa.					
2	La metodología aplicada en la fase de capacitación fue adecuada y le ha permitido comprender mejor los procesos que ha aplicado en la fase de asistencia técnica.					
3	Considera que los cambios generados en su empresa en comparación a su estado anterior a la intervención del programa, producto de la fase de Capacitación han sido positivos.					
Asistencia técnica		1	2	3	4	5
4	Considera que los cambios generados en su empresa en comparación a su estado anterior a la intervención del programa, producto de la fase de Asistencia técnica han sido positivos.					

5	La metodología desarrollada por el programa MGE en la fase de asistencia técnica ha permitido implementar sistemas de gestión eficientes en su empresa.					
6	La fase de asistencia técnica ha permitido cambios en su empresa en comparación a un estado anterior a la intervención del programa en la gestión de la mejora continua					
7	La fase de asistencia técnica ha permitido cambios en su empresa en comparación a un estado anterior a la intervención del programa en la gestión de los procesos eficientes.					
8	La fase de asistencia técnica ha permitido cambios en su empresa en comparación a un estado anterior a la intervención del programa en la gestión para un cliente feliz.					
9	La fase de asistencia técnica ha permitido cambios en su empresa en comparación a un estado anterior a la intervención del programa en la gestión para un colaborador feliz.					
Evaluación		1	2	3	4	5
10	La implementación del Plan de Acción desarrollado en la fase de evaluación le permite implementar mejoras continuas en su empresa.					
11	La intervención en la fase de evaluación le ha permitido evidenciar las mejoras implementadas en su empresa y tener en cuenta cambios logrados en su empresa.					

Cuestionario sobre información de la gestión en empresas del programa MGE.

Buenos días/tardes/noches. Desde el 2012 el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo ha venido implementando el Programa de Mejora de Sistemas de Gestión en Empresas de Servicios Turísticos, dentro del marco del Plan Nacional de Calidad Turística – Caltur, el que comprende actividades gratuitas de capacitación, asistencia técnica y evaluación. Este Programa va dirigido a diversas empresas, entre las que se encuentra la suya. Actualmente estamos realizando un estudio que nos permita conocer cómo ha influido el Programa MGE en la Gestión de las empresas intervenidas en el 2014. Cabe señalar que la información que nos brinde será utilizada de forma confidencial.

Instrucciones:

Marcar con un aspa o completar los espacios de los recuadros que correspondan. Considerar la siguiente nomenclatura:

Tipo de respuesta	Sigla	Valor
Nunca	N	1
Casi nunca	CN	2
A veces	AV	3
Casi siempre	CS	4
Siempre	S	5

Colaborador feliz		N	CN	AV	CS	S
		1	2	3	4	5
01	Considera Ud. que la empresa fomenta la colaboración entre los trabajadores de la empresa.					
02	El ambiente donde trabajas es confortable y su distribución facilita el desarrollo de las funciones de mis operarios.					
03	Considero que los colaboradores de la empresa reciben buen trato lo que facilita el desempeño de sus funciones.					
04	Establezco una relación cordial con los colaboradores de la empresa y soy capaz de resolver las interrogantes que se presentan.					
05	Proporciono el reconocimiento que se merecen los colaboradores de la empresa cuando hacen muy bien las cosas.					
06	Cree Ud. que sus trabajadores consideran a su empresa como un buen para trabajar y crecer como colaborador y como persona.					

07	Considera Ud. que sus colaboradores realizan su trabajo según las necesidades que tiene la empresa y cuentan con gran disposición por aprender y mejorar en el desempeño de sus funciones.					
08	Coopero y capacito a mis colaboradores, lo que me permite obtener mejores resultados en la empresa.					
El cliente feliz		1	2	3	4	5
09	Considera que la empresa cuenta con un enfoque conceptual claro sobre el servicio al cliente.					
10	Los colaboradores identifican las necesidades básicas y las expectativas de un cliente.					
11	La información sobre el nivel de satisfacción de los clientes es conocida y analizada por los empresarios y colaboradores de la empresa.					
12	Se identifican mejoras en los servicios en base a la información sobre la satisfacción de los clientes.					
13	Constantemente se analizan las tendencias en el mercado del sector turismo para introducir mejoras en los servicios para los clientes.					
14	Se ha desarrollado un proceso de atención y manejo favorable de las quejas de los clientes.					
15	El empresario y los colaboradores de la empresa son plenamente conscientes del impacto en el desarrollo de la empresa de un buen servicio al cliente.					
16	Se han establecido procedimientos adecuados para asegurar una buena imagen de la empresa.					
Procesos eficientes		1	2	3	4	5

17	El empresario y sus principales colaboradores conocen el enfoque de procesos y lo emplean para mejorar la calidad de los servicios.					
18	El empresario y sus colaboradores conocen cuales son los procesos estratégicos ligados a su objetivo principal: la visión de la empresa.					
19	El empresario y sus colaboradores han definido el flujo óptimo es decir la mejor forma de implementar sus procesos desde el requerimiento hasta la entrega del producto y servicio.					
20	Se han identificado claramente a las personas responsables de los procesos principales.					
21	Se tienen los procesos identificados a través de mapas que permiten visualizar cómo se realiza el trabajo en la empresa para satisfacer las necesidades del cliente.					
22	Se identifican claramente los atributos de los servicios que ofrece al cliente.					
23	Se identifican claramente las características técnicas en la organización que permiten brindar de forma óptima el atributo del servicio esperado por el cliente.					
24	Se han establecido controles internos para que las características técnicas de la organización sean debidamente supervisadas y monitoreadas.					
Mejora continua		1	2	3	4	5
25	El propietario y los colaboradores de la empresa son conscientes de la importancia de la mejora continua para alcanzar una mayor competitividad					
26	La empresa tiene definido los indicadores de gestión y ha establecido estándares de desempeño que permiten apreciar calidad, tiempo, costo y la satisfacción del usuario.					
27	Los colaboradores de la empresa periódicamente identifican los problemas que se presentan y las causas que lo originan a fin de identificar iniciativas de mejora.					

28	Se cuenta con un procedimiento sistemático para implementar las iniciativas de mejora a fin de asegurar su implementación dentro de los plazos esperados.					
29	Cada una de las iniciativas de mejora que proponemos tiene claramente definida: metas, actividades, cronograma de realización, responsable y presupuesto.					
30	Los colaboradores que participan en la implementación de las iniciativas de mejora son capacitados y se organizan en equipos con liderazgos claros.					
31	Las iniciativas de mejora son monitoreadas y evaluadas de manera que se aprecia si los resultados se dan según lo planeado.					
32	La información del monitoreo y la evaluación de las iniciativas de mejora es empleada para solucionar los problemas presentados o para continuar con otro proyecto de mejora.					

Muchas gracias por su tiempo

Anexo 3. Niveles y rangos de variables y dimensiones

Nivel	VARIABLE	DIMENSIONES		
	Programa de Mejora	Fase de capacitación	Fase de asistencia técnica	Fase de evaluación
Malo	11-25	3-7	6-14	2-4
Regular	26-40	8-11	15-22	5-7
Bueno	41-55	12-15	23-30	8-10

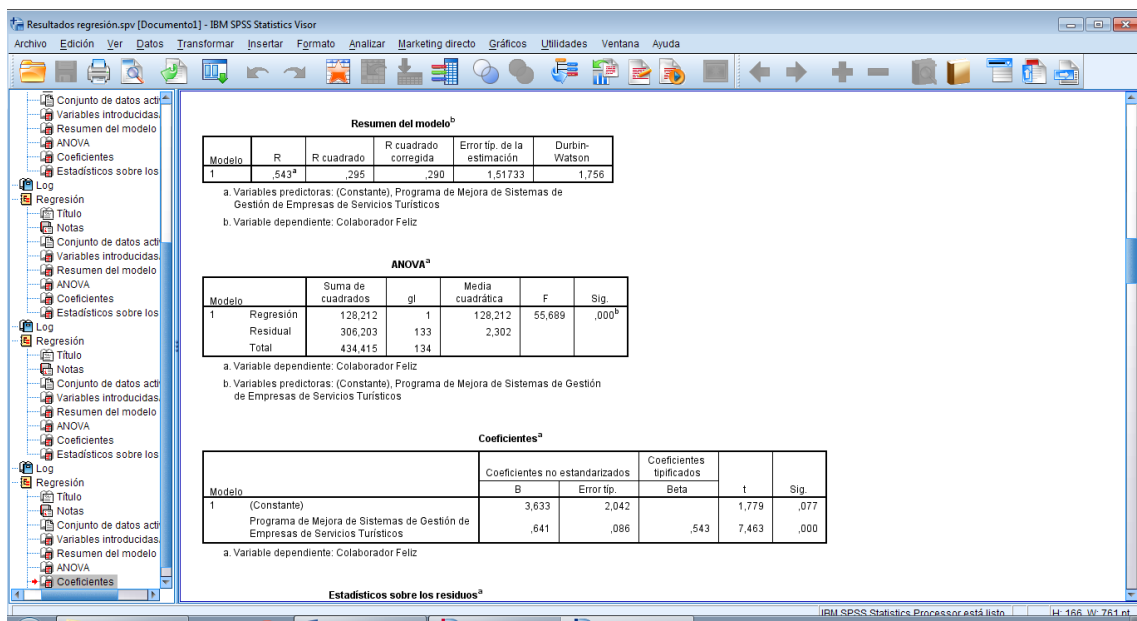
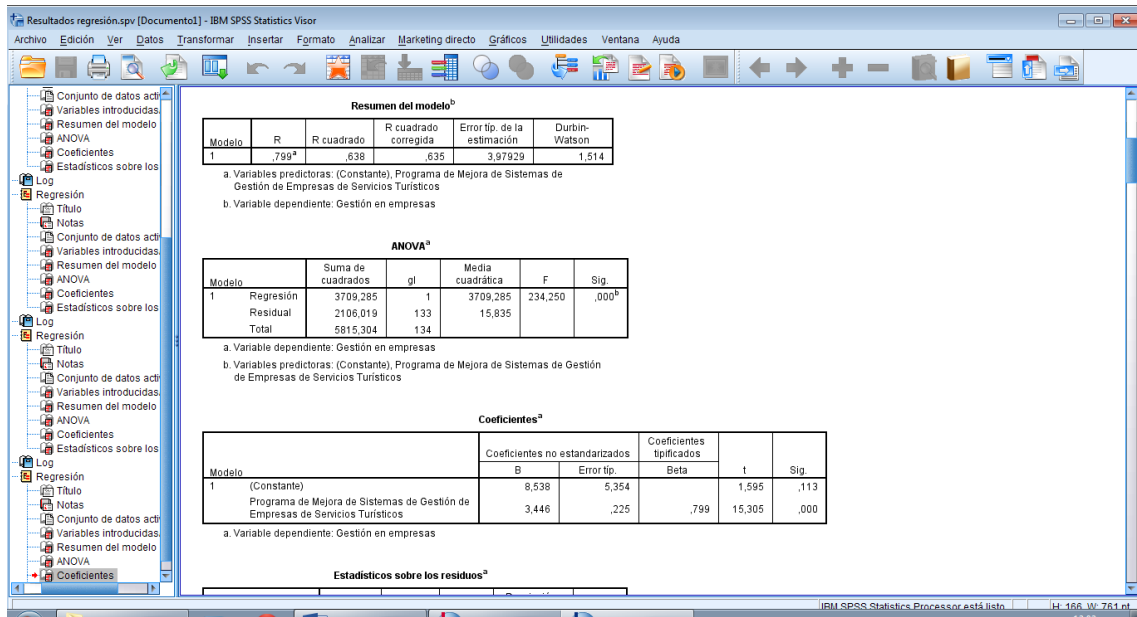
Nivel	VARIABLE	DIMENSIONES			
	Gestión de las empresas	Colaborador feliz	Cliente feliz	Procesos eficientes	Mejora continua
Malo	32-74	8-18	8-18	8-18	8-18
Regular	75-117	19-29	19-29	19-29	19-29
Bueno	118-160	30-40	30-40	30-40	30-40

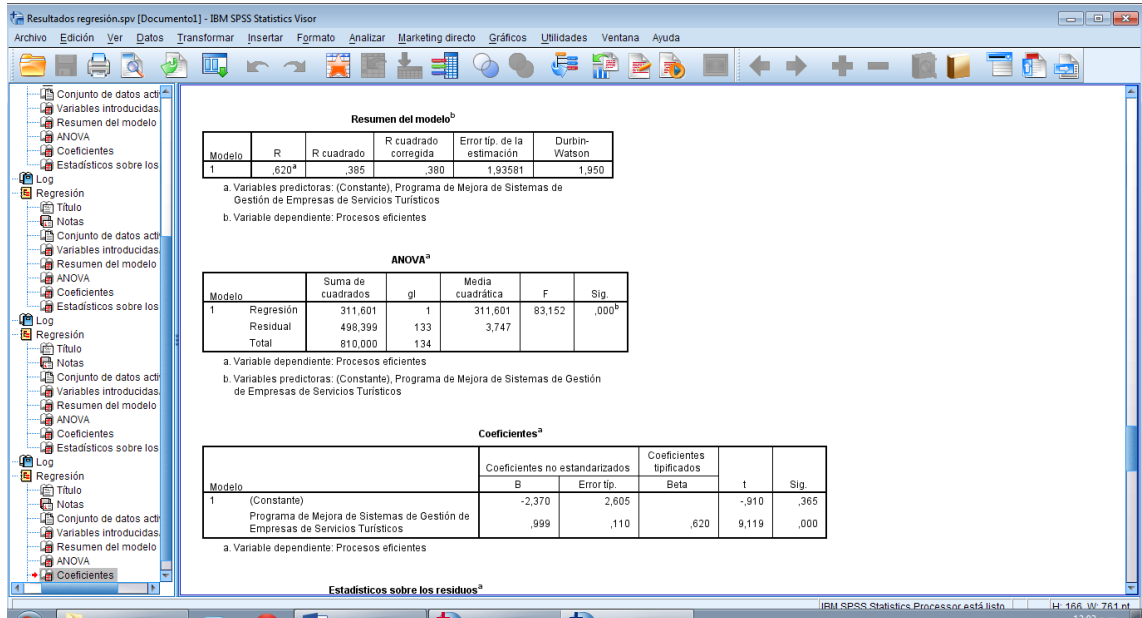
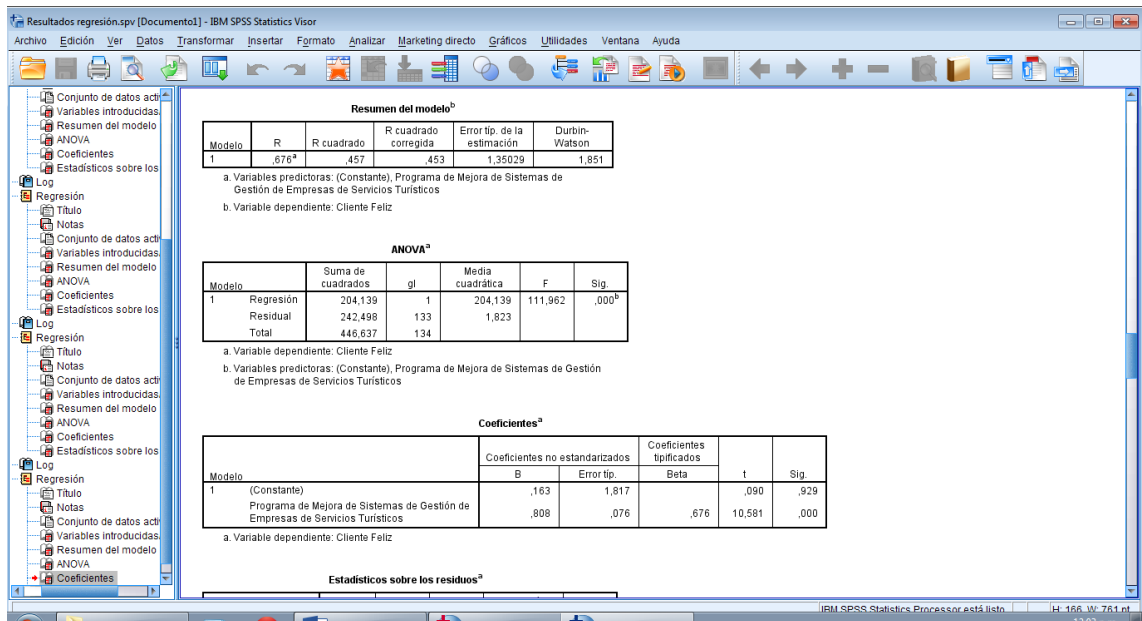
Anexo 4. Base de datos

MATRIZ DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA LA INVESTIGACION:											
PROGRAMA DE MEJORA DE SISTEMAS DE GESTIÓN EN EMPRESA DE SERVICIOS TURISTICOS - MGE, EN EMPRESAS INTERVENIDAS EN EL 2014											
VARIABLE: PROGRAMA DE MEJORA DE SISTEMAS DE GESTIÓN EN EMPRESA DE SERVICIOS TURISTICOS - MGE											
DIMENSIONES	CAPACITACION			ASISTENCIA TECNICA						EVALUACION	
EMPESARIO	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11
1	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4
2	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
6	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
7	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5
8	3	3	5	5	3	5	4	5	5	5	5
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
13	5	5	3	5	5	4	4	4	5	3	4
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
16	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
18	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
19	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
20	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
21	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
22	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
23	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
24	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
25	5	5	3	5	5	4	4	4	5	3	4
26	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
27	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
28	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
29	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
30	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
31	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
32	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4
33	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4
34	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
35	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
36	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
37	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
38	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4
39	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
40	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
41	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
42	3	3	4	5	3	5	5	5	5	4	5
43	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
44	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
45	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
46	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
47	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
48	3	3	5	5	3	5	4	5	5	5	5
49	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
50	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4
51	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4
52	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4
53	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4
54	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4
55	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4
56	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4
57	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4
58	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5
59	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4
60	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4
61	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5
62	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4
63	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5
64	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4
65	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4
66	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5
67	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5
68	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4
69	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	5
70	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5

71	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4
72	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5
73	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5
74	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4
75	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5
76	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
77	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5
78	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5
79	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5
80	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
81	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
82	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
83	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
84	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
85	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
86	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
87	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
88	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
89	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
90	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
91	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
92	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5
93	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
94	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
95	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
96	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
97	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
98	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5
99	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5
100	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
101	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
102	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
103	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
104	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
105	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5
106	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
107	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
108	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
109	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5
110	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
111	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
112	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
113	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
114	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5
115	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
116	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
117	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
118	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
119	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
120	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
121	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
122	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
123	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
124	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
125	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
126	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
127	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
128	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
129	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
130	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5
131	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
132	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5
133	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
134	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
135	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4

Anexo 5. Escaneados de la prueba de hipótesis obtenidos del SPSS





Resultados regresión.spv [Document1] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Edición Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Conjunto de datos act
 Variables introducidas
 Resumen del modelo
 ANOVA
 Coeficientes
 Estadísticos sobre los

Log
 Regresión
 Título
 Notas
 Conjunto de datos act
 Variables introducidas
 Resumen del modelo
 ANOVA
 Coeficientes
 Estadísticos sobre los

Log
 Regresión
 Título
 Notas
 Conjunto de datos act
 Variables introducidas
 Resumen del modelo
 ANOVA
 Coeficientes
 Estadísticos sobre los

Log
 Regresión
 Título
 Notas
 Conjunto de datos act
 Variables introducidas
 Resumen del modelo
 ANOVA
 Coeficientes

Resumen del modelo^b

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregido	Error tip. de la estimación	Durbin-Watson
1	,643 ^a	,413	,408	1,83326	1,797

a. Variables predictoras: (Constante), Programa de Mejora de Sistemas de Gestión de Empresas de Servicios Turísticos
 b. Variable dependiente: Mejora Continua

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	314,269	1	314,269	93,510	,000 ^b
	Residual	446,990	133	3,361		
	Total	761,259	134			

a. Variable dependiente: Mejora Continua
 b. Variables predictoras: (Constante), Programa de Mejora de Sistemas de Gestión de Empresas de Servicios Turísticos

Coefficientes^a

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados		Sig.
		B	Error tip.	Beta	t	
1	(Constante)	-2,878	2,467		-1,167	,245
	Programa de Mejora de Sistemas de Gestión de Empresas de Servicios Turísticos	1,003	,104	,643	9,670	,000

a. Variable dependiente: Mejora Continua

Estadísticos sobre los residuos^a

IBM SPSS Statistics Processor está listo H: 166 W: 761 nt 12/11/2011