

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y TURISMO

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



TESIS

**GESTIÓN DE CALIDAD DEL SERVICIO BASADO EN ISO-9001 Y LA
SATISFACCIÓN DE LOS HUÉSPEDES DEL HOTEL IMPERIAL DE LA
CIUDAD DE ABANCAY, AÑO 2023**

PRESENTADO POR:

Br. RUDY CHARA LLOCLLE
Br. YHULDER FRANK QUISPE
CHOQUEMAQUI

**PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL
DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

ASESOR:

Dr. JOSE FRANCISCO ARROYO POLANCO

CUSCO - PERÚ

2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-303-2020-UNSAAC)

El que suscribe, **Asesor** del trabajo de investigación/tesis titulada: GESTIÓN DE CALIDAD DEL SERVICIO BASADO EN ISO-9001 Y LA SATISFACCIÓN DE LOS HUESPEDES DEL HOTEL IMPERIAL DE LA CIUDAD DE ABRUCAY, AÑO 2023

presentado por: RUDY CHAPA UOCLE con DNI Nro.: 70993608 presentado por: YHUIDER FRANK BUISPE CHORRUELA BUIS con DNI Nro.: 70816517 para optar el título profesional/grado académico de LICENCIADOS EN ADMINISTRACIÓN

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 03 veces, mediante el Software Antiplagio, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso de Sistema Antiplagio de la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 6%.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No se considera plagio.	<input checked="" type="checkbox"/>
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las correcciones.	<input type="checkbox"/>
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, quien a su vez eleva el informe a la autoridad académica para que tome las acciones correspondientes. Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	<input type="checkbox"/>

Por tanto, en mi condición de asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y **adjunto** la primera página del reporte del Sistema Antiplagio.

Cusco, 13 de ENERO de 2025

Firma

Post firma: JOSE F. ARROYO POLANCO

Nro. de DNI: 23712452

ORCID del Asesor: 0000-0003-1144-3774

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema Antiplagio: oid: 27259: 420720272

RUDY CHARA

TESIS_GESTIÓN DE CALIDAD DEL SERVICIO BASADO EN ISO 9001 Y LA SATISFACCIÓN DE LOS HUÉSPEDES DEL HOTE

 Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid::27259:420720272

208 Páginas

Fecha de entrega

13 ene 2025, 10:55 p.m. GMT-5

41,596 Palabras

Fecha de descarga

13 ene 2025, 11:02 p.m. GMT-5

223,586 Caracteres

Nombre de archivo

TESIS_GESTIÓN DE CALIDAD DEL SERVICIO BASADO EN ISO 9001 Y LA SATISFACCIÓN DE LOS HUÉS....pdf

Tamaño de archivo

5.1 MB




6% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 12 palabras)

Fuentes principales

- 5%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 4%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

DEDICATORIA

Dedicamos la presente investigación principalmente a nuestros padres, quienes nos brindaron valores y principios esenciales para nuestro desarrollo personal.

A Dios, que ha sido una guía y fortaleza durante los momentos más difíciles.

A nuestros padres, que son un ejemplo por su constante dedicación e ímpetu para conseguir los objetivos personales.

A nuestros hermanos, por acompañarnos y alentarnos en el desarrollo de esta tesis.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por su protección, por nuestra vida y salud, como también a nuestra prestigiosa Universidad por abrirnos las puertas y forjarnos para ser buenos profesionales que den un aporte valioso a la sociedad.

A los docentes de nuestra Escuela Profesional de Ciencias Administrativas por brindarnos su sabiduría y experiencias durante nuestra vida universitaria.

A nuestro asesor, el Dr. José Francisco Arroyo Polanco, por su valioso apoyo, seguimiento, sugerencias y motivación en el desarrollo de la investigación.

PRESENTACIÓN

Sr. Decano de la Facultad de Administración y Turismo de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco – UNSAAC.

ESTIMADOS MIEMBROS DEL JURADO:

Siguiendo en su totalidad el Reglamento de Grados y Títulos vigente en la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco – UNSAAC. Se presenta ante ustedes la investigación actual intitulada: “GESTIÓN DE CALIDAD DEL SERVICIO BASADO EN ISO-9001 Y LA SATISFACCIÓN DE LOS HUÉSPEDES DEL HOTEL IMPERIAL DE LA CIUDAD DE ABANCAY, AÑO 2023”, para optar el Grado de Licenciado en Administración. Esta investigación tiene como propósito describir los indicadores de la gestión de calidad y su implementación en establecimientos hoteleros, con el fin de mejorar su contexto organizacional, eficiencia operativa, evaluación de desempeño y planificación. El presente trabajo refleja nuestro compromiso, dedicación y perseverancia a lo largo de su desarrollo, con el objetivo de alcanzar nuestras metas y objetivos profesionales.

Los tesisistas:

Bach. Rudy Chara Llocle

Bach. Yhulder Frank Quispe Choquemaqui

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
PRESENTACIÓN.....	iv
ÍNDICE GENERAL	v
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
RESUMEN	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCCIÓN	xvii
CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1. Situación problemática	1
1.2. Formulación del problema.....	4
1.2.1. Problema general	4
1.2.2. Problemas específicos.....	5
1.3. Justificación de la investigación	5
1.3.1. Justificación práctica.....	5
1.3.2. Relevancia social	5
1.3.3. Justificación metodológica.....	6
1.4. Delimitación de la investigación	6
1.4.1. Delimitación temporal	6
1.4.2. Delimitación espacial.....	6
1.5. Objetivos de la investigación.....	7

1.5.1. Objetivo general.....	7
1.5.2. Objetivos específicos	7
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	8
2.1. Antecedentes empíricos de la investigación.....	8
2.1.1. Antecedentes internacionales.....	8
2.1.2. Antecedentes nacionales	10
2.1.3. Antecedentes locales	14
2.2. Bases teóricas.....	16
2.2.1. Teoría de calidad de servicio	16
2.2.2. Teoría de satisfacción del huésped	37
2.3. Marco conceptual.....	49
CAPÍTULO III HIPÓTESIS Y VARIABLES	51
3.1. Formulación de Hipótesis.....	51
3.1.1. Hipótesis general.....	51
3.1.2. Hipótesis específicas.....	51
3.2. Identificación de variables	51
3.3. Matriz de operacionalización de variable	53
CAPÍTULO IV METODOLOGÍA.....	54
4.1. Tipo de investigación.....	54
4.2. Nivel de investigación	54
4.3. Diseño de investigación.....	54
4.4. Enfoque de investigación.....	55
4.5. Método de la investigación.....	55

4.6. Población y muestra.....	55
4.6.1. Población.....	55
4.6.2. Muestra	56
4.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	57
4.7.1. Técnicas	57
4.7.2. Instrumento	57
4.8. Validez y confiabilidad de instrumentos	58
4.9. Procesamiento de análisis de datos.....	59
CAPÍTULO V RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	60
5.1. Resultados del check list aplicado al hotel Imperial en la ciudad de Abancay respecto a la gestión de calidad basada en ISO 9001	60
5.1.1. Contexto organizacional	60
5.1.2. Liderazgo	64
5.1.3. Planificación	67
5.1.4. Apoyo.....	70
5.1.5. Operación	77
5.1.6. Evaluación del desempeño.....	83
5.1.7. Mejora.....	87
5.2. Resultados de la variable Gestión de calidad basada en ISO 9001	91
5.2.1. Resultados de la dimensión contexto organizacional	92
5.2.2. Resultados de la dimensión eficiencia operativa	97
5.2.3. Resultados de la dimensión evaluación del desempeño	106
5.2.4. Resultados de la dimensión planificación.....	110

5.3. Resultados de la variable Satisfacción de los Huéspedes	114
5.3.1. Resultados de la dimensión elementos tangibles	115
5.3.2. Resultados de la dimensión capacidad de respuesta	120
5.3.3. Resultados de la dimensión seguridad	125
5.3.4. Resultados de la dimensión empatía	130
5.4. Prueba de normalidad	136
5.5. Pruebas de hipótesis.....	137
5.5.1. Prueba hipótesis general	137
5.5.2. Prueba hipótesis específica 1	138
5.5.3. Prueba hipótesis específica 2	139
5.5.4. Prueba hipótesis específica 3	140
5.5.5. Prueba hipótesis específica 4	141
5.6. Discusión de resultados	142
CONCLUSIONES	147
RECOMENDACIONES.....	148
BIBLIOGRAFÍA	150
ANEXOS	165

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Cuadro de población de huéspedes del Hotel Imperial del mes de marzo 2023.....	56
Tabla 2	Resumen del procesamiento de datos	58
Tabla 3	Estadísticas de fiabilidad.....	58
Tabla 4	Comprensión de la organización y su contexto	60
Tabla 5	Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas	61
Tabla 6	Determinación del alcance del sistema de gestión de la calidad	62
Tabla 7	Sistema de gestión de la calidad y sus procesos	63
Tabla 8	Contexto organizacional	63
Tabla 9	Generalidades y enfoque al cliente	64
Tabla 10	Establecimiento de la política de la calidad y comunicación	65
Tabla 11	Roles, responsabilidades y autoridades en la organización	66
Tabla 12	Liderazgo	66
Tabla 13	Acciones para abordar riesgos y oportunidades.....	67
Tabla 14	Objetivos de la calidad y planificación para lograrlos.....	68
Tabla 15	Planificación de los cambios.....	68
Tabla 16	Planificación	69
Tabla 17	Recursos: generalidades y personal	70
Tabla 18	Recursos en infraestructura.....	70
Tabla 19	Ambiente para la operación de los procesos.....	71
Tabla 20	Recursos de seguimiento y medición.....	72
Tabla 21	Conocimientos de la organización	72
Tabla 22	Competencia	73

Tabla 23 Toma de conciencia	73
Tabla 24 Comunicación	74
Tabla 25 Información documentada	75
Tabla 26 Información documentada continuación.....	76
Tabla 27 Apoyo.....	76
Tabla 28 Planificación y control operacional	77
Tabla 29 Requisitos para los productos y servicios	78
Tabla 30 Diseño y desarrollo de los productos y servicios.....	79
Tabla 31 Control de los procesos, productos y servicios suministrados externamente	79
Tabla 32 Producción y provisión del servicio.....	80
Tabla 33 Requisitos de seguimiento establecidos.....	81
Tabla 34 Liberación de los productos y servicios.....	81
Tabla 35 Control de las salidas no conformes	82
Tabla 36 Operación.....	82
Tabla 37 Seguimiento, medición, análisis y evaluación	83
Tabla 38 Disposición de datos sobre indicadores de medición de desempeño.....	84
Tabla 39 Auditoría interna	85
Tabla 40 Revisión por la dirección	85
Tabla 41 Evaluación del desempeño.....	86
Tabla 42 Generalidades.....	87
Tabla 43 No conformidad y acción correctiva.....	87
Tabla 44 Mejora continua	88
Tabla 45 Mejora.....	88

Tabla 46 Prueba de normalidad	136
Tabla 47 Criterios de valoración de prueba de correlación Rho de Spearman	136
Tabla 48 Correlación entre la gestión de la calidad bajo ISO 9001 y satisfacción de los huéspedes	137
Tabla 49 Correlación entre contexto organizacional y la satisfacción de los huéspedes.....	138
Tabla 50 Correlación entre la dimensión eficiencia operativa y la satisfacción de los huéspedes	139
Tabla 51 Correlación entre evaluación del desempeño y la satisfacción de los huéspedes.....	140
Tabla 52 Correlación entre la dimensión planificación y la satisfacción de huéspedes	141

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ciclo de Deming y su relación con la Norma ISO 9001:2015	26
Figura 2 Modelo de brechas de la calidad de servicio	44
Figura 3 Contexto organizacional.....	64
Figura 4 Liderazgo.....	66
Figura 5 Planificación	69
Figura 6 Apoyo	77
Figura 7 Operación	83
Figura 8 Evaluación del desempeño	86
Figura 9 Mejora	89
Figura 10 Puntaje global de la evaluación de calidad según el ISO 9901	89
Figura 11 Resultados de la variable gestión de calidad basada en ISO 9001	91
Figura 12 Resultados de la dimensión contexto organizacional.....	92
Figura 13 Comprensión de la organización	93
Figura 14 Gestión de procedimientos	94
Figura 15 Comprensión de necesidades y expectativas de las partes interesadas	95
Figura 16 Mejora continua.....	96
Figura 17 Eficiencia operativa.....	97
Figura 18 Recursos: generalidades y personas	98
Figura 19 Recursos: infraestructura.....	99
Figura 20 Información de productos o servicios	100
Figura 21 Recursos seguimiento y medición.....	101
Figura 22 Competencia.....	102

Figura 23 Toma de conciencia.....	103
Figura 24 Comunicación.....	104
Figura 25 Información documentada.....	105
Figura 26 Evaluación del desempeño	106
Figura 27 Seguimiento, medición y evaluación: generalidades y satisfacción del cliente	107
Figura 28 Liderazgo y compromiso.....	108
Figura 29 Revisión por la dirección.....	109
Figura 30 Planificación	110
Figura 31 Acciones para abordar riesgos y oportunidades	111
Figura 32 Objetivos de la calidad y planificación para lograrlo.....	112
Figura 33 Planificación de los cambios	113
Figura 34 Satisfacción de los huéspedes.....	114
Figura 35 Elementos tangibles.....	115
Figura 36 Instalaciones atractivas y en buen estado	116
Figura 37 Equipos que cumplen con su funcionalidad	117
Figura 38 Empleados con apariencia pulcra	118
Figura 39 Elementos materiales en buen estado y atractivos	119
Figura 40 Capacidad de respuesta	120
Figura 41 Comunicación constante entre el cliente y empleados	121
Figura 42 Se brinda una atención rápida y oportuna	122
Figura 43 Los empelados muestran disposición a ayudar	123
Figura 44 Se presenta un buen ambiente calmado en el establecimiento.....	124
Figura 45 Seguridad.....	125

Figura 46 Comportamiento confiable de los trabajadores	126
Figura 47 Seguridad del cliente	127
Figura 48 Amabilidad del personal.....	128
Figura 49 Conocimientos del personal del hotel Imperial.....	129
Figura 50 Dimensión empatía.....	130
Figura 51 Atención individualizada.....	131
Figura 52 Horarios de trabajo convenientes para los clientes	132
Figura 53 Atención adecuada y personalizada	133
Figura 54 Preocupación por los clientes por parte del personal	134
Figura 55 Comprensión de las necesidades de los clientes	135
Figura 56 Dispersión entre gestión de calidad de servicio en ISO 9011 y la satisfacción	137
Figura 57 Diagrama de dispersión entre el contexto organizacional y la satisfacción de huéspedes	138
Figura 58 Diagrama de dispersión entre la eficiencia operativa y la satisfacción de huéspedes	139
Figura 59 Diagrama de dispersión entre la evaluación de desempeño y la satisfacción de huéspedes	140
Figura 60 Diagrama de dispersión de la planificación y la satisfacción de huéspedes	141

RESUMEN

El objetivo de la investigación fue determinar la relación entre la gestión de calidad del servicio basado en ISO 9001 y la satisfacción de los huéspedes del hotel Imperial en la ciudad de Abancay, año 2023. La investigación se clasificó como de tipo aplicada, con un diseño no experimental, de corte transversal, enfoque cuantitativo y nivel correlacional. La población estuvo conformada por 178 huéspedes que se alojaron en el Hotel Imperial durante marzo, de los cuales se seleccionó una muestra aleatoria de 122 participantes. Para la recolección de información, se utilizó un cuestionario diseñado con base en las dimensiones de la norma ISO 9001 y el modelo SERVQUAL. Los resultados indicaron una correlación positiva y moderada entre la satisfacción de los huéspedes y el contexto organizacional ($\text{sig.}=0.000$; $r=0.639$). Se observó que el 77.87% de los huéspedes evaluaron el contexto organizacional del hotel como "regular". Respecto a la eficiencia operativa, también se halló una correlación moderada con la satisfacción de los huéspedes ($\text{sig.}=0.000$; $r=0.640$), con un 72.59% de los encuestados percibiéndola como "regular". En cuanto a la evaluación del desempeño ($\text{sig.}=0.001$; $r=0.286$) y la planificación ($\text{sig.}=0.001$; $r=0.303$), las correlaciones fueron débiles, con el 77.87% y el 74.59% de los huéspedes calificándolas, respectivamente, como "regulares". Se concluye que existe una correlación positiva y moderada entre la gestión de calidad según la norma ISO 9001 y la satisfacción de los huéspedes ($\text{sig.}=0.000$; $r=0.660$). En general, el 69.93% de los huéspedes reportaron una satisfacción media, mientras que el 79.51% percibieron la gestión de calidad del hotel como "regular".

Palabras clave: Gestión de la Calidad, Norma ISO 9001, Satisfacción de Huéspedes

ABSTRACT

The objective of the research was to determine the relationship between service quality management based on ISO 9001 and guest satisfaction at the Imperial Hotel in the city of Abancay, in 2023. The research was classified as applied, with a non-experimental design, cross-sectional approach, quantitative methodology, and correlational level. The population consisted of 178 guests who stayed at the Imperial Hotel during March, from which a random sample of 122 participants was selected. For data collection, a questionnaire was used, designed based on the dimensions of the ISO 9001 standard and the SERVQUAL model. The results indicated a positive and moderate correlation between user satisfaction and organizational context (sig.=0.000; r=0.639). It was observed that 77.87% of the guests rated the hotel's organizational context as "average." Regarding operational efficiency, a moderate correlation with guest satisfaction was also found (sig.=0.000; r=0.640), with 72.59% of respondents perceiving it as "average." As for performance evaluation (sig.=0.001; r=0.286) and planning (sig.=0.001; r=0.303), the correlations were weak, with 77.87% and 74.59% of the guests, respectively, rating these aspects as "average." It was concluded that there is a positive and moderate correlation between quality management according to the ISO 9001 standard and guest satisfaction (sig.=0.000; r=0.660). Overall, 69.93% of the guests reported medium satisfaction, while 79.51% perceived the hotel's quality management as "average".

Keywords: Quality Management, ISO 9001 Standard, Guest Satisfaction

INTRODUCCIÓN

La presente investigación sobre la “Gestión de calidad del servicio basado en ISO-9001 y la satisfacción de los huéspedes del hotel imperial de la ciudad de Abancay, año 2023”, cobra relevancia en un contexto donde la gestión de la calidad en el mundo empresarial ha adquirido cada vez mayor importancia debido a su prestigio y reconocimiento reflejado en normas que garanticen el cumplimiento de requisitos mínimos para ofrecer servicios y productos con gran valor. En ese sentido, las empresas hoteleras no son ajenas a la exigencia y avance de las normas de calidad y progresivamente implementan acciones para mejorar la eficiencia operativa, el desempeño de su personal, la planificación según objetivos de largo y plazo y; el contexto organizacional. Todo ello, con la finalidad de brindar un servicio integral y aumentar sus puntuaciones en satisfacción de huéspedes.

La presente investigación presenta como objetivo determinar la relación entre la gestión de calidad basado en la norma ISO 9001 y la satisfacción de los huéspedes del hotel Imperial. Para ello, el estudio se estructuró de la siguiente manera:

Capítulo I: Este capítulo introduce el problema de investigación, abordando la problemática que se investiga, la formulación de las principales interrogantes a absolver; los objetivos y; por último, este capítulo considera las justificaciones.

Capítulo II: En este capítulo, se aborda el cuerpo teórico referido a la gestión de la calidad y la satisfacción, que inicia con la revisión de antecedentes y prosigue con las teorías que sustentan la investigación; asimismo, se incluyen el marco conceptual para el entendimiento de palabras clave.

Capítulo III: Aquí se establece el enfoque metodológico, precisando el alcance y el tipo de investigación, así como el diseño, la determinación de la población y la muestra y; las diferentes técnicas de recolección de información y de procesamiento.

Capítulo IV: Aquí se presenta la descripción de resultados para las variables y dimensiones, las pruebas inferenciales y; por último, se considera la discusión.

Capítulo V: En este apartado, se realiza la comparación de los resultados con los antecedentes consultados.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Situación problemática

En los hoteles, los servicios y la calidad son importantes para que los destinos turísticos incentiven y contribuyan a los objetivos del desarrollo sostenible. La actividad turística contribuye significativamente al desarrollo económico, tal como indican los reportes de la ONU. Cuando el turismo es sostenible, puede mejorar el crecimiento empresarial, beneficiando tanto el área económica como la social (Monsalve & Hernández, 2015). Un servicio de calidad es un aspecto esencial en la actualidad; en el ámbito hotelero, se refiere a múltiples aspectos que pueden impactar en los consumidores y su satisfacción, considerando varios elementos que intervienen en el servicio, además de las circunstancias propias y externas que influyen en la dinámica de la organización.

En el contexto internacional, se presenta el caso de H10 Hotels, que recibió la certificación internacional ISO 9001:2015; esta cadena de hoteles está presente en países como República Dominicana, Portugal, España, Alemania, Reino Unido, México e Italia. Debido a la aplicación de este sistema, la cadena hotelera en cuestión cuenta con el reconocimiento de la 'Q' en Calidad Turística, otorgada por el Instituto de Calidad Turística Española y el Biosphere Responsible Tourism, en función de los principios de un desarrollo responsable (Expreso A.F., 2024) de igual manera se encuentra el Hotel Santo Tomás, perteneciente a la cadena de hoteles Set Hotels en Menorca. Este establecimiento fue incluido dentro de los cien hoteles a nivel mundial según consumidores de acuerdo a operador turístico TUI. Donde por primera vez dicho reconocimiento considera opiniones de grandes marcas como TUI Nordic y Tui UK (COPE, 2021). Estos casos ponen en evidencia la relevancia de la certificación ISO 9001, pues no solo contribuye a mejorar

la calidad de los servicios ofrecidos en el establecimiento, sino que también fortalece la posición de los hoteles en el mercado internacional, por medio de reconocimiento de estándares de calidad y gestión a nivel global.

Por otro lado, el informe de Referencia Mundial sobre Opiniones de Hoteles para 2022, muestra una disminución notable y continua de la satisfacción de los huéspedes a lo largo del último año, reflejada en una caída del GRI (Global Review Index - Índice Global de Reseñas) global del 84,3%, 1,7 puntos siendo menores al año 2019 y 0,5 puntos comparado con el 2021. Pese al índice de revisión, se recuperó al 2022 en comparación con 2021, sigue siendo significativamente inferior a los niveles de 2019. Booking.com, a pesar de dominar en la generación de reseñas, ha representado un sentimiento más negativo; representando un riesgo para las empresas que no implementen medidas al respecto (Peñalver, 2023).

A nivel nacional, dentro de los estudios de calidad referidos al ISO 9001, se observaron discrepancias importantes incluyendo el factor de enfoque en el cliente del Total Quality Management - TQM (Gestión de Calidad Total), entre entidades o firmas con certificación ISO 9001 (83 empresas) y aquellas que no cuentan con dicha norma (128 empresas), conllevando a que muchas firmas busquen una transición a la certificación ISO 9001. Además, los hoteles que poseen este ISO presentan promedios mayores en los factores de TQM, y los que no, muestran promedios menores (Benzaquen de las Casas, 2018).

A nivel local, la oferta hotelera en Apurímac es variada pero insuficiente, para la proyección de incremento progresivo que se espera en los años venideros, pese a ello, hay ciertos hoteles que han logrado con gran esfuerzo alcanzar dos a tres estrellas más no la calidad ISO 9001, los hoteles en Abancay deben ser sometidos a varias evaluaciones, ejemplificadas en las buenas prácticas, higienes, orden, limpieza, mantenimiento, almacén y rotación. Es necesario que los

programas de saneamiento sean examinados, donde se incluya las gestiones de superficies, seguridad de agua, controles de plagas, salud de los trabajadores y que las instalaciones sanitarias se mantengan en buenas condiciones (Aeronoticias , 2012). Acorde a la PERTUR Apurímac (2019) Abancay y Andahuaylas son los centros de soporte principales debido a su concentración de recursos turísticos, organizaciones relacionadas con la gestión del turismo, infraestructura y servicios; sin embargo, la hospitalidad es evaluada de regular a mala debido a la falta de una cultura turística, lo que afecta la atención al visitante, especialmente en alojamientos y restaurantes, siendo el índice de satisfacción del turista del 75,2%.

En 2023, el Hotel Imperial de Abancay se encuentra inmerso en una situación crítica debido a las notables dificultades para garantizar la satisfacción de sus huéspedes. La carencia de certificación ISO 9001 y la ausencia de sistemas estructurados para gestionar eficazmente los recursos internos representan desafíos inherentes al contexto organizacional que afectan directamente la experiencia de sus huéspedes; a pesar de la consistencia mostrada por los directivos en su liderazgo, la brecha entre las expectativas de los huéspedes y la realidad de los servicios ofrecidos muestra la urgencia de abordar las deficiencias internas para mejorar la estadía de huéspedes. Esta carencia de un enfoque sistemático en la gestión de calidad se manifiesta en la presencia de inconsistencias notorias en áreas vitales como la atención al huésped y los estándares de limpieza, lo que repercute negativamente en las percepciones de los clientes sobre la calidad del servicio recibido; además, los problemas visibles en la infraestructura del hotel, sumados a la falta de mantenimiento regular, contribuyen significativamente a la disminución de la satisfacción de los huéspedes, al impactar la comodidad y seguridad percibidas durante su estancia. La ausencia de una planificación adecuada también tiene consecuencias desfavorables en la puntualidad y eficiencia del servicio, generando insatisfacción entre los huéspedes debido a retrasos y errores en

la atención. En general, estas deficiencias representan un desafío crítico para el Hotel Imperial, afectando su reputación, la retención de clientes y su imagen competitiva local.

En caso de que el problema persista a corto y a largo plazo, se pueden llegar a experimentar diferentes dificultades como: La disminución de la clientela o la pérdida de huéspedes, principalmente causada por la insatisfacción recurrente de los mismos, esto también puede llegar a ocasionar que los problemas relacionados con la infraestructura y la limpieza debiliten el efecto de atracción del hotel que puede verse perjudicado frente a sus competidores, también a corto y a largo plazo se pueden experimentar las reducciones de ingresos por la disminución de la demanda de servicios que afecta principalmente a los ingresos operativos del hotel comprometiendo su capacidad para cubrir costos básicos, realizar inversiones y mantenerse competitivo, lo que afectaría su sostenibilidad y podría poner en riesgo su continuidad en el sector.

Solucionar lo expuesto existe una necesidad apremiante en el Hotel Imperial, ya que al implementar un sistema de gestión de calidad (SGC) en base al estándar ISO 9001 no solo permite la mejora de la eficiencia interna, sino que también contribuirá directamente a elevar la satisfacción de los huéspedes. La alineación operativa del hotel con estándares internacionalmente reconocidos no solo fortalecerá su posición en el mercado hotelero de Abancay, sino que también generará un impacto positivo en la lealtad de los huéspedes y en las percepciones generales de la calidad de servicio ofrecido por el Hotel Imperial durante el año 2023.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo se relaciona la gestión de calidad del servicio basado en ISO 9001 y la satisfacción de los huéspedes del hotel Imperial en la ciudad de Abancay, año 2023?

1.2.2. Problemas específicos

- a. ¿En qué medida el contexto de la organizacional se relaciona con la satisfacción de los huéspedes del hotel Imperial en la ciudad de Abancay, año 2023?
- b. ¿En qué medida la eficiencia operativa se relaciona con la satisfacción de los huéspedes del hotel Imperial en la ciudad de Abancay, año 2023?
- c. ¿En qué medida la evaluación del desempeño se relaciona con la satisfacción de los huéspedes del hotel Imperial en la ciudad de Abancay, año 2023?
- d. ¿En qué medida la planificación se relaciona con la satisfacción de los huéspedes del hotel Imperial en la ciudad de Abancay, año 2023?

1.3. Justificación de la investigación

1.3.1. Justificación práctica

Esta investigación desempeñó un papel crucial al proporcionar a la empresa hotelera un profundo entendimiento no solo de la calidad actual de sus servicios, sino también de cómo alcanzar niveles superiores de excelencia. Al evidenciar la estrecha correspondencia entre la mejora de calidad y los niveles de satisfacción de los huéspedes, la investigación ofreció información que permitió a la empresa no solo ajustar y perfeccionar sus servicios existentes, sino también elevar la calidad general de los bienes y servicios hoteleros en Abancay. Este enfoque orientado a la mejora continua contribuyó directamente al fortalecimiento competitivo de la organización y la satisfacción efectiva de la experiencia y necesidades cambiantes de los huéspedes del sector hotelero local.

1.3.2. Relevancia social

Este trabajo cuenta con la relevancia social que se refleja en una serie de beneficios que abarcan distintos niveles. En primer lugar, se destaca el impacto positivo en los trabajadores,

quienes, a través de capacitaciones, podrán mejorar sus habilidades y prácticas laborales. Este aspecto contribuye directamente al bienestar y desarrollo profesional del personal. En segundo lugar, se evidencia la repercusión positiva para la comunidad local y los huéspedes, al mejorar la calidad de los servicios ofertados en las organizaciones hoteleras. Esto no solo eleva la experiencia de los clientes, sino también contribuye en el fortalecimiento entre la relación comunidad y establecimiento del hotel. Por último, a nivel nacional, la investigación aportó al crecimiento del turismo al impulsar la creación de espacios mejorados, respondiendo así a las necesidades de la nación en términos de desarrollo turístico.

1.3.3. Justificación metodológica

Este estudio adquiere relevancia esencial al basarse al método científico, asegurando así la rigurosidad y validez de los procesos empleados para recopilar y analizar datos. La metodología seleccionada no solo facilita la obtención de resultados confiables, sino que también establece la base para la replicabilidad de la investigación en diversos entornos. Además, se hará uso de instrumentos validados, lo que no solo fortalecerá la credibilidad de las aproximaciones obtenidas en esta investigación, sino que también proporcionará herramientas valiosas para investigaciones futuras, permitiendo su aplicación en contextos específicos con confianza y consistencia.

1.4. Delimitación de la investigación

1.4.1. Delimitación temporal

El estudio se realizará entre enero y junio de año 2023.

1.4.2. Delimitación espacial

El estudio se desarrollará:

- a. Nombre del establecimiento: Hotel Imperial
- b. Razón social: Hotel

- c. Dirección: Av. Diaz Bárcenas N° 317
- d. Distrito: Abancay
- e. Provincia: Abancay
- f. Departamento: Apurímac

1.5. Objetivos de la investigación

1.5.1. Objetivo general

Determinar la relación entre la gestión de calidad del servicio basado en ISO 9001 y la satisfacción de los huéspedes del hotel Imperial en la ciudad de Abancay, año 2023.

1.5.2. Objetivos específicos

- a. Determinar la relación entre el contexto de organización y la satisfacción de los huéspedes del hotel Imperial en la ciudad de Abancay, año 2023.
- b. Determinar la relación entre la eficiencia operativa y la satisfacción de los huéspedes del hotel Imperial en la ciudad de Abancay, año 2023.
- c. Determinar la relación entre la evaluación del desempeño y la satisfacción de los huéspedes del hotel Imperial en la ciudad de Abancay, año 2023.
- d. Determinar la relación entre la planificación y la satisfacción de los huéspedes del hotel Imperial en la ciudad de Abancay, año 2023.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1. Antecedentes Empíricos de la investigación

2.1.1. Antecedentes internacionales

- A. Moreno (2019) en el estudio “Propuesta de planificación para la implementación del sistema de gestión de calidad bajo la NTC ISO 9001 2015 en los procesos misionales para el hotel 1572 El Origen”, se realizó en la República de Colombia para optar el al título de Especialista en Administración y Gerencia de Sistemas de la Calidad en la Universidad Santo Tomás; el estudio se enfoca en implementar un plan sobre el sistema de gestión de calidad. Este hotel tiene distinción en sus excelentes servicios así como infraestructuras e impresionante panorama de la municipalidad de Villa de Leyva, lo que lo diferencia de otros hoteles en la región. El objetivo es el cumplimiento de requerimientos determinados por Norma Técnica Colombiana ISO 9001:2015. El marco metodológico incluye una fase cualitativa que está en base a la recopilación de data de la plataforma Booking del hotel. En el diagnóstico, se identificó que no había información relacionada con la Gestión de la Calidad en sus métodos fundamentales. Como resultado, el autor elaboró una estrategia de integración de los procesos organizativos en conformidad con todas las directrices determinadas en la NTC ISO 9001:2015. Se planificó estrategias (SGC) para la firma, que incluye mapa de procesos y una caracterización de los procesos fundamentales. Además, se incorporaron planes, riesgos e indicadores que permitirán al hotel identificar oportunidades de mejora y aumentar sus ingresos.
- B. Barrios y Barrios (2023) en el estudio “Propuesta de Implementación de un Sistema de Gestión de Calidad con forme a la Norma ISO 9001:2015, para el Hotel Castillo Real”,

realizado en la República de Colombia para optar al título profesional de Licenciado en Administración de la Universidad Unidades Tecnológicas de Santander; tuvo por objetivo implementar un SGC a través de una propuesta en función a la normativa ISO 9001. La meta es mejorar su competitividad en comparación con otros servicios hoteleros, no solo para elevar la satisfacción y bienestar de los clientes, sino también para aumentar la rentabilidad mediante la reducción de costos de servicio. El enfoque metodológico utilizado en este proyecto es cualitativo, centrado en la observación participante. La herramienta principal para recopilar información específica de la situación es la Matriz DOFA, ya que es esencial que se cuente con el análisis actual donde valga de punto de partida. Las conclusiones de basan en la situación actual del hotel, se identificaron diversos problemas que afectan su funcionamiento. La falta de definición de funciones y responsabilidades entre los empleados ha generado desorganización, impactando el objetivo principal del hotel; asimismo, las improvisaciones en los procesos y la ausencia de registros generan insatisfacción entre los huéspedes. El incremento de huéspedes y su fidelización se ve obstaculizado por la carencia de herramientas para el personal; además, la falta de metas claras afecta la operación y administración del hotel. Existe un riesgo en la operatividad diaria que afecta la rentabilidad; por tanto, la reputación del hotel está en peligro debido a fallas en productos y servicios. El personal carece de capacitación, y hay una falta de impulso en las ventas, servicios y fidelización de clientes, estos desafíos requieren alternativa de solución para contribuir en la eficiencia y la comodidad del usuario.

C. López (2021) en su publicación “Calidad turística, sistema de gestión de calidad para la satisfacción del cliente en los hoteles del cantón Salinas”, ejecutó su estudio en la provincia

de Santa Elena de la República del Ecuador, para optar el título de Magister en Turismo Mención Gestión Sostenible en Destinos Turísticos en la Universidad Estatal Península De Santa Elena; a fin de efectuar la evaluación de la calidad y su incidencia en el grado de satisfacción de los usuarios de una entidad hotelera en Salinas, para ello, el estudio fue cualitativa, la muestra fueron 14 propietarios de hoteles y 382 turistas, se emplearon encuestas y entrevistas. Los resultados muestran que los huéspedes que emplean los servicios de estos hoteles refieren en un 53,93% calidad muy buena, el 46,07% refiere una calidad excelente. El 79,26% de los colaboradores tiene predisposición a ayudar a los huéspedes, un 58,52% se concentra en la resolución de los problemas de los turistas, un 80,74% de los trabajadores indican que los espacios hoteleros son de agrado para los huéspedes, el 93,33% afirma que la infraestructura y sus espacios siempre están limpios.

2.1.2. Antecedentes nacionales

- A. Ulloa (2020) en su artículo “Gestión de Calidad bajo ISO 9001:2015 para aumentar la satisfacción del Cliente en C.E.L Conache S.A.C, 2020”, realizado en Trujillo, para la revista Journal of business and entrepreneurial studies. La investigación adoptó un enfoque aplicado y, simultáneamente, experimental. La población en estudio comprendió de 25 trabajadores de la entidad y 12 usuarios; respecto a la muestra, esta consistió en 25 trabajadores y 123 trabajadores de la totalidad de usuarios corporativos. “Como análisis inicial del lugar, se observó que existe una ausencia del SGC, lo cual se reflejaba en una satisfacción del cliente del 29%. El estudio se basó en los primeros capítulos normativos de ISO 9001:2015 para la implementación del SGC, con un único objetivo de mejorar el agrado de los consumidores, logrando un incremento al 81%”. Como punto inicial del estudio, se evaluó la satisfacción de los usuarios en la firma mediante pretest, revelando

una satisfacción del 29%. Esto evidenció un nivel considerablemente bajo; sin embargo, posterior a programa se aplicó una herramienta que considera las 5 dimensiones propuestas para esta investigación, obteniendo resultados específicos: 36% en seguridad, 41% en tangibilidad, 34% en empatía, 22% en capacidad de respuesta y 28% en fiabilidad.

- B. Valdivia (2023) en la investigación “Implementación de un sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001: 2015 para mejorar la satisfacción del cliente en Inversiones AFER SAC, Lima”, realizado en Lima para optar el título de Ingeniera Industrial en la Universidad César Vallejo; con el propósito de instaurar un SGC a fin de mejorar el agrado del consumidor. Esto se motivó por problemas recurrentes en cuanto a ejecutar los proyectos que creaban la no satisfacción de los consumidores. Los problemas que resaltan incluían el uso de materiales inadecuados, problemas de abastecimiento que resultaban en pérdidas de tiempo, acabados estéticamente deficientes con rajaduras o cuestiones de saneamiento, la falta ocasional de personal y el incumplimiento de la entrega que no se encuentran en las fechas determinadas en la documentación de carácter técnico. “Los resultados del estudio indicaron que los usuarios que han sido encuestados en cuanto a la calidad de servicio, el 50% están totalmente en desacuerdo, en cuanto a los materiales, nivel de conformidad y costos. Posterior a la ejecución de un SGC que se basó en la normativa; el grado de los usuarios se incrementó en 50%”.
- C. Jo (2021) en el trabajo “Análisis de los niveles de productividad y satisfacción al cliente mediante la implementación de un sistema de Gestión de la calidad conforme a la Norma ISO 9001:2015 en el hotel Colca Lodge S.A” ejecutada en Arequipa, para optar el título Profesional de Ingeniero Industrial en la Universidad Católica de Santa María. El propósito de este estudio es evidenciar en cuanto a la productividad y satisfacción según niveles de

los usuarios a través de la instauración del SGC en relación a la “Norma Internacional ISO 9001:2015”. La evaluación global reveló que la organización ha implementado en un 40.70% de la norma mencionada, siendo necesario definir procedimientos y procesos, así como actualizar o modificar la documentación según las exigencias de la Normativa ISO 9001:2015. Dentro del estudio mensual se muestra un aumento del 90% al 97% en enero y del 95% al 98% en febrero en la categoría de rendimiento “bueno”. Esto sugiere el mejoramiento en cuanto a nivel de satisfacción del usuario y experiencia mejorada; al implementar la Normativa ISO 9001:2015 se contribuye en el aumento del 16% en cuanto a productividad y un 5% en la satisfacción del cliente. Además, permite eliminar un sobrecosto de S/. 6138.85 en cuanto al mes de enero y febrero, gracias a una planificación efectiva. Concluyendo que, el implementar la norma se respalda al incremento de productividad y agrado del usuario.

- D. Astete y Ortega (2020) en su estudio “Diseño de un sistema de gestión de calidad centrada en la Norma ISO 9001 – 2015, para mejorar la calidad de servicio al cliente en el Hospedaje Inti Raymi – Cusco 2019”, realizada en la ciudad del Cusco para optar el título de Ingeniero Industrial en la Universidad Andina del Cusco; planteó el objetivo de efectuar una propuesta a través de un diseño de un SGC que estuviera basado en el estándar ISO 9001-2015. Con la finalidad de alcanzar esta meta, se desarrolló un estudio descriptivo y preexperimental, empleando un carácter transversal con enfoque mixto. En cuanto a la población fueron los usuarios huéspedes, y la data se recolectó mediante la técnica de observación, análisis de documentos y encuestas. Los resultados indican que se cumple únicamente con los requerimientos respecto a la normativa ISO 9001:2015 en un 30.45%, lo cual se traduce en 496 de calificación media sobre 1540 puntos, evidenciando

incumplimiento y carencia de los requerimientos en cuanto a calidad que se encuentran en la normativa. Respecto al problema, se diseñó e implementó algunas propuestas sobre gestión de calidad, donde se vio que un incremento de satisfacción del usuario al 2019; sin embargo, aún existen en su mayoría requerimientos del sistema de calidad que deben mejorarse y cumplir al implementar un plan a futuro.

- E. Del Castillo (2019) en su estudio “El sistema integrado de gestión de calidad 9001-2015 y la satisfacción del pasajero en el tren Vistadome en la ruta Ollantaytambo – Machupicchu año 2019”, realizada en Cusco, para optar el título profesional de Licenciado en Turismo en la Universidad Andina del Cusco; analizó la relación sobre la satisfacción respecto al servicio y el SGC en función al ISO 9001-2015. El método adoptado es cuantitativo, correlacional y sin experimentación, donde la muestra para la evaluación del sistema de calidad se conformó por 13 usuarios, aplicando el cuestionario y se aplicó la observación. Las aproximaciones resultantes indican una relación de las etapas de instrucción de servicio turístico de ruta completa en el cuanto al SGC y la satisfacción de los usuarios. Así también, se realizó el análisis de la correlación en el tramo de retorno, siendo de 0.811 en el tramo de ida, confirmando la significativa relación entre el sistema y la satisfacción del pasajero.”
- F. Arzubialde (2020) en su estudio “Calidad de servicios en hospedajes de tres estrellas y su influencia en la satisfacción del turista sector Wanchaq – Cusco – 2018”, realizada en la ciudad del Cusco para optar el título profesional de Licenciado en Turismo en la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco; a fin de demostrar la forma en la que la calidad que se brinda en los servicios tiene incidencia en la satisfacción de los turistas; es una investigación descriptiva, con correlación y sin experimentación, mixta; la población fue de 19297 turistas con un tamaño muestral de 377, se emplearon encuestas

por medio de los cuestionarios. Las aproximaciones resultantes demuestran que las infraestructuras son inadecuadas en un 40,9%, el 56,5% no recomendaría estos hospedajes, un 66,1% de los turistas no seguirían siendo clientes de estos hoteles, el 63,4% de los turista afirma que estos hoteles tienen una afluencia continua; el 67% de los huéspedes no recibieron una buena atención, el 64% no está de acuerdo con los precios ofertados , un 68% no está conforme con la infraestructura de los hoteles, el 66% no está de acuerdo con la calidad de servicio del sector hotelero.

2.1.3. Antecedentes locales

- A. Rosales (2018) en su publicación “Sistema de gestión de la calidad para mejorar la satisfacción del cliente en la corporación Ariandina Sur, Andahuaylas, Apurímac, 2018”, realizada en Apurimac, para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas en la en la Universidad Nacional José María Arguedas; a fin de crear un SGC en función al estándar ISO 9001:2015 a fin de mejorar los índices de satisfacción de la clientela en la organización de interés. La metodología que siguió el estudio hizo uso de un enfoque basado en datos numéricos, tipo básico, y se lleva a cabo a través de un diseño sin experimentación. Se utilizaron listas de verificación y encuestas para recopilar información de ARIANDINA SUR y 48 directivos. Los resultados sugieren que implementar el SGC contribuirá a mejorar los procesos, satisfacer de mejor manera las necesidades del cliente e incrementar la satisfacción. Esta organización muestra un nivel alto cumpliendo los parámetros normativos del ISO 9001:2015, especialmente en las dimensiones de apoyo y operación. La satisfacción del cliente se evalúa en un 93.75% como parcialmente de acuerdo y un 6.25% como de acuerdo. Este estudio propone una estrategia innovadora para que pequeñas empresas adopten el ISO 9001, lo que muestra que incluso las pequeñas

organizaciones que se concentran en el abastecimiento y distribución de alimentos pueden mejorar su calidad en el cumplimiento del parámetro estipulado en la normativa.

- B. Béjar (2021), en su trabajo “Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios del servicio de transporte público de pasajeros interprovincial de Challhuahuacho, Provincia de Cotabambas, 2019”, realizado en Apurímac, para optar el título de Licenciado en Administración en la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac; se realizó con el fin de “identificar la asociación entre la calidad de servicio y el grado de satisfacción de los usuarios del servicio de transporte público de pasajeros interprovincial de la Ciudad de Challhuahuacho. La metodología que siguió el estudio consideró un enfoque cuantitativo, tipo básico y se llevó a través de un diseño no experimental y respecto al instrumento para obtención de información, se hizo uso de cuestionarios con escala Likert para extraer observaciones de 81 usuarios pasajeros interprovinciales que se encontraban en la agencia de transportes del Distrito de Challhuahuacho. Los resultados evidenciaron una asociación entre las variables objeto de estudio; además, se observó una asociación positiva entre cada una de las dimensiones de la calidad y la satisfacción de los usuarios”.
- C. Carrasco (2022), en su trabajo “Calidad de servicio en dos hoteles tres estrellas del distrito de Andahuaylas, 2022” efectuado en Apurímac, para optar el título profesional de Licenciada en Administración en Turismo y Hotelería en la Universidad César Vallejo; se realizó con el objetivo de “determinar el nivel de calidad de servicio en dos hoteles tres estrellas. La metodología que se usó consideró un enfoque cuantitativo, tipo aplicada y se llevó a través de un diseño de carácter no experimental; respecto al instrumento para la obtención de información, se hizo uso de encuestas en base al modelo Hotelqual que considera como dimensiones: Elementos tangibles, personal, y organización, este

instrumento permitió recolectar datos de los clientes de los dos hoteles respecto a las variables de estudio. Los resultados evidenciaron que la calidad de servicio en uno de los hoteles era elevado ya que se determinó un nivel de satisfacción de 87.80%, siendo las dimensiones que más significancia mostraron: Elementos tangibles y personal, en tanto respecto al segundo hotel se determinó que la calidad de servicio asociado a este era moderado pues se determinó una satisfacción de 46.34% y las dimensiones asociadas a esta que menor nivel mostraron fueron la organización y el personal”.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Teoría de calidad de servicio

2.2.1.1. Teoría de la administración y gestión de servicios

Estas teorías están referidas a un conjunto de principios, conceptos y prácticas que buscan proporcionar un marco comprensivo para dirigir y organizar servicios de manera eficiente y efectiva. En el ámbito de la administración, esta teoría se centra específicamente en la gestión de organizaciones que ofrecen servicios en lugar de productos tangibles. La administración y gestión de servicios abarca diversas áreas, como la planificación estratégica, la organización de recursos, el diseño de procesos, los servicios a la clientela, las mejoras continuas y la medición del desempeño. A menudo, se aplican en sectores como la industria hotelera, la salud, la educación, la consultoría, entre otros, donde la entrega de servicios es la piedra angular del negocio (Veintimilla y otros, 2020).

Diversos estudios han proporcionado distintas definiciones de gestión, pero todos coinciden en la idea de asumir la responsabilidad de dirigir o administrar un proceso, ya sea en la esfera productiva o de servicios. En términos más específicos, la gestión concierne a la operacionalización de acciones que faciliten la ejecución de operaciones comerciales o la

satisfacción de deseos, y su objetivo principal es potenciar los resultados organizacionales. Por otro lado, desde una perspectiva diferente, el estudio sobre administración sugiere la creación de una secuencia organizada, interactiva y correlacionada de pasos continuos, fundamentales para el procedimiento administrativo (Mendoza & Moreira, 2021).

La teoría de la administración y gestión de servicios guardan relación intrínseca con la calidad de los servicios, debido a que ofrece alcances conceptuales y prácticos para asegurar que las organizaciones ofrezcan servicios de alta calidad a sus clientes. Enfocándose en la eficiencia operativa, esta teoría subraya la importancia de la organización de recursos para lograr objetivos específicos, lo cual es crucial para una prestación de servicios efectiva (Chiavenato, Introducción a la teoría de la administración, 2006).

Además, destaca la orientación hacia el cliente, reconociendo que el cliente satisfecho sea objetivo clave y diseñando prácticas de gestión que aseguren que los servicios cumplan con sus expectativas y necesidades. La mejora continua es un principio compartido, con ambas teorías abogando por la revisión constante de procesos y la implementación de cambios para ofrecer servicios cada vez mejores. La medición del desempeño, a través de métricas específicas como la satisfacción generada en el cliente y operaciones eficaces, es primordial en ambos enfoques. Además, la teoría destaca la relevancia de los colaboradores encargados de brindar servicios, abogando por la capacitación y el desarrollo continuo del personal como elementos críticos a fin de establecer una mejora de los servicios de calidad. De esta manera, la teoría de la administración y gestión de servicios establece los cimientos para garantizar una experiencia de servicio de calidad, abarcando desde la eficiencia operativa hasta la satisfacción de la clientela y las mejoras continuas. (Chiavenato, Introducción a la teoría de la administración, 2006)

Acorde a Terán et al. (2021), el entorno en el que se brinda el servicio o su situación contextual, está intrínsecamente vinculada a los procedimientos de evaluación, ya sea a través de evaluaciones formales o mediante la apreciación de la implicación y el empoderamiento de la clientela existente dentro y fuera de las organizaciones. La evaluación formal implica procesos estructurados para medir y garantizar la conformidad con estándares predefinidos, mientras que la apreciación de la clientela implica las percepciones subjetivas de su experiencia. La calidad del servicio, cuando alcanza un nivel elevado, indica un mayor agrado por parte de los usuarios. Más allá de la eficiencia y la cumplimentación de expectativas; un servicio de calidad se manifiesta como una muestra tangible de amabilidad y respeto por parte de los colaboradores. Este nivel de servicio no solo refleja el profesionalismo de la entidad, sino también la confianza que logra generar en sus clientes, contribuyendo significativamente a la fidelización y a una reputación positiva en el mercado. La calidad del servicio, por lo tanto, significa un indicador crucial para la satisfacción de la clientela y del éxito general de la entidad para las experiencias que superan las expectativas.

En consecuencia, mejores indicadores de calidad y el valor de los servicios ofrecidos por una organización es clave. La implementación de prácticas de gestión de servicios busca alinear de manera efectiva los procesos, las personas y la tecnología con lo requerido y exigido por el cliente o consumidor, así como con los objetivos y la visión organizacional. La gestión de servicios abarca la planificación, diseño, entrega, soporte y mejorar continuamente el servicio, a fin de lograr eficiencia operativa y la máxima satisfacción de los consumidores. Este enfoque integral no solo garantiza la alineación con las expectativas del cliente, sino que también contribuye al cumplimiento de metas estratégicas y a la mejora constante de los servicios de la empresa (Veintimilla et al., 2020).

A. Administración y los procesos administrativos

La administración, término derivado del latín *ad* que significa dirección hacia o tendencia, *minis* que sugiere un comparativo de inferioridad, y *ter* que hace referencia a subordinación u obediencia, se entiende como la ciencia social y técnica encargada de gestionar de manera eficiente los recursos humanos, financieros, materiales, tecnológicos, de conocimiento, entre otros, dentro de una organización, abarcando las áreas de planificación, organización, dirección y control (González, 2015).

Es un proceso mediante el cual se alcanza la calidad en el funcionamiento de una organización social, optimizando el uso de sus recursos para cumplir con los objetivos establecidos; la calidad se logra cuando la organización demuestra eficiencia en el aprovechamiento racional y planificado de los recursos, tanto internos como externos, y eficacia al cumplir su misión a través del logro de sus objetivos en áreas sociales, técnicas, tecnológicas, científicas, políticas, religiosas, culturales, deportivas y académicas (Cano, 2017).

Fayol (1971) define el acto de administrar como planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar. Por su parte Chiavenato (2007) indica que la administración es un fenómeno universal en el mundo moderno. Cada organización debe alcanzar objetivos en un ambiente de competencia acérrima, debe tomar decisiones, coordinar múltiples actividades, dirigir personas, evaluar el desempeño con base en objetivos determinados, conseguir y asignar recursos, etc. Las diversas actividades administrativas realizadas por varios administradores, orientadas hacia áreas y problemas específicos, deben realizarse y coordinarse de manera integrada y unificada en cada organización o empresa.

La administración se concreta a través del proceso administrativo, que consiste en una serie de etapas o fases necesarias para llevar a cabo una actividad; este proceso se estructura en

diferentes fases interconectadas, que en conjunto constituyen el ciclo administrativo; a través de estas fases, se lleva a cabo la gestión organizacional, en las cuales los diversos elementos de la administración interactúan y se complementan, formando un sistema integral y continuo (González, 2015).

Los procesos administrativos son una secuencia de etapas o fases interconectadas que permiten llevar a cabo la gestión dentro de una organización, formando un ciclo integral; vivimos en una sociedad organizada e institucionalizada, en la que las actividades orientadas a la producción de bienes o la prestación de servicios son gestionadas por las organizaciones; estas entidades, compuestas por personas y recursos no humanos (como los físicos, materiales, financieros, tecnológicos y mercadológicos), se encargan de planificar, coordinar, dirigir y controlar todas las actividades necesarias para cumplir con sus objetivos (Chiavanato, 2001). El autor señala que el proceso administrativo se compone principalmente de cuatro etapas fundamentales:

- a. **Planificación:** Es la primera función administrativa, ya que constituye la base de todas las demás funciones; su principal propósito es determinar, con anticipación, los objetivos a alcanzar y las acciones necesarias para lograrlos; en esencia, se trata de un modelo teórico para guiar las acciones futuras; esta etapa comienza con el establecimiento de los objetivos, seguidos por la identificación de los planes y estrategias necesarios para alcanzarlos de la manera más eficiente posible; implica definir claramente el destino al que se quiere llegar, qué se debe hacer, cómo hacerlo, cuándo llevarlo a cabo y en qué orden (Chiavanato, 2001).
- b. **Organización:** Es un conjunto de normas, roles y comportamientos que deben ser respetados por todas las personas dentro de la empresa. Su función principal consiste

en disponer y coordinar eficientemente los recursos disponibles, tales como los recursos humanos, materiales y financieros, con el fin de alcanzar los objetivos establecidos (Chiavanato, 2001).

- c. **Dirección:** Consiste en lograr que cada jefe obtenga los mejores resultados posibles de los recursos a su disposición, siempre en beneficio de la empresa; esto implica liderar, influir y motivar a los empleados para que realicen las tareas esenciales; la interacción y el tiempo son elementos clave en las actividades de dirección; durante esta etapa, se establece la relación entre los gerentes y las personas que trabajan con ellos; los gerentes deben persuadir a los empleados para que se unan a ellos en la consecución de los objetivos futuros, una acción que se deriva de las fases previas de planificación y organización (Chiavanato, 2001).
- d. **Control:** Abarca todas las actividades orientadas a garantizar que las operaciones reales se alineen con las operaciones previamente planificadas; se considera una función gerencial esencial, siendo una de las más importantes para lograr una gestión óptima (Chiavanato, 2001).

B. Estrategias de gestión del calidad

Las estrategias de gestión de la calidad son enfoques sistemáticos diseñados para garantizar que los productos o servicios de una organización cumplan con los estándares establecidos y satisfagan las expectativas de los clientes; estas estrategias incluyen la estandarización de procesos, que busca documentar y normalizar procedimientos para asegurar consistencia y eficiencia en las operaciones; esto reduce errores y permite ofrecer un nivel uniforme de calidad en todas las áreas de la organización; otro aspecto clave es la implementación de sistemas de gestión de la calidad, como los basados en la norma ISO 9001, que proporcionan un marco estructurado para planificar,

controlar y mejorar los procesos; este enfoque incluye políticas, objetivos y auditorías internas que garantizan el cumplimiento de los estándares; la norma ISO 9001 es ampliamente reconocida y utilizada en todo el mundo, y su implementación puede mejorar significativamente la credibilidad y la competitividad de una organización; además, el enfoque en el cliente es fundamental, ya que prioriza las necesidades y expectativas del consumidor; esto se logra fomentando la recolección y análisis de las opiniones de los clientes para alinear los productos y servicios a sus demandas; la satisfacción del cliente es un indicador clave de la calidad y puede influir directamente en la lealtad del cliente y la reputación de la empresa; las estrategias de gestión de la calidad también incluyen la mejora continua, que es el proceso de identificar y eliminar las causas de los problemas de calidad y buscar constantemente maneras de mejorar los procesos y productos; esto puede involucrar la capacitación de los empleados, la implementación de nuevas tecnologías y la revisión regular de los procesos de producción; finalmente, la participación de la alta dirección es crucial para el éxito de las estrategias de gestión de la calidad; la alta dirección debe demostrar un compromiso con la calidad, establecer una visión y objetivos claros, y proporcionar los recursos necesarios para implementar y mantener los sistemas de gestión de la calidad; sin el apoyo y liderazgo de la alta dirección, es poco probable que las iniciativas de calidad tengan éxito a largo plazo (Díaz & Salazar, 2021).

La mejora continua es otra estrategia esencial que se centra en identificar y aplicar oportunidades de optimización en procesos, productos o servicios mediante metodologías como el ciclo PDCA (Plan-Do-Check-Act); esta estrategia está estrechamente ligada a la gestión de indicadores de desempeño, que utiliza métricas clave para medir la efectividad de los procesos y facilitar la toma de decisiones basadas en datos objetivos; asimismo, la cultura de calidad dentro de la organización resulta fundamental para el éxito de estas estrategias; esto implica promover un

ambiente donde todos los miembros estén comprometidos con las prácticas de calidad, lo cual se logra mediante liderazgo, formación constante y la participación activa del personal; por último, la gestión de riesgos y oportunidades, junto con auditorías y evaluaciones periódicas, permite identificar áreas críticas, minimizar riesgos y fortalecer la posición competitiva de la organización en el mercado; estas estrategias, en conjunto, aseguran la mejora continua y la satisfacción del cliente (Isniah y otros, 2020).

C. Innovación en la gestión de calidad

De acuerdo al postulado de Betz (2011), una de las situaciones más influyentes en el mercadeo de bienes y servicios en empresas, es el logro de la búsqueda de clientes potenciales de acuerdo con las especificaciones del producto. Cuando no existe la suficiente divulgación de las características y precios para lograr persuadir a los clientes a comprar un determinado producto y servicio, con mucha dificultad se logra superar las expectativas del consumidor. El gerente que logre ver nuevas oportunidades en la comercialización fomentará, no solo nuevos mercados, sino que liderará una nueva competencia, lo que denomina Betz (2011) una tecnología imperativa. También, indica que el proceso de innovación es complejo e involucra desde su generación un compromiso de la empresa con la sociedad. El desarrollo de nuevas ideas y la participación de la demanda en el análisis económico de la inversión de tecnologías novedosas hace que cada día exista un motivo más para el avance en materia de competencia tecnológica en las organizaciones de manera global.

El conocimiento en gestión de la calidad y mejoramiento continuo se “capitaliza” en el momento en que las organizaciones toman la decisión de implementar un sistema de gestión de la calidad con fines de certificación para igualar o mejorar la posición frente a competidores o para

impactar con un sello sinónimo de excelencia en el mercado, que exige una gestión significativamente diferente para ser competitivos. (Ávila & Morales, 2019)

Otra característica fundamental en los servicios es su carácter de heterogeneidad como resultado de medidas que son personalizadas según lo requerido del cliente. Por ser más difícil de estandarizar los servicios ya que los mismos son percibidos en función de las personas que lo ofrecen, cuándo y dónde los ofrecen y tiene sus variantes respectivas dependiendo también de las empresas y qué tipo de cliente lo está necesitando, haciendo este proceso más complejo aún (Flores y otros, 2019). Por lo tanto, la fijación del precio y el control de calidad según Martín y Díaz (2016) son elementos que requieren de una evaluación más extensa en comparación a la venta de bienes intangibles jugando un papel fundamental en la tecnología y sus aplicaciones y usos en la organización.

2.2.1.2. Gestión de calidad del servicio basado en ISO 9001

En la década de los 90, cuando los empresarios del mundo integraban el concepto de calidad en sus organizaciones, principalmente con el objetivo de mejorar sus cifras resultantes a través de la mejora de sus procesos, empezó a primar la popularidad de la idea de una gestión o administración de la calidad total que involucraba a cada aspecto de la empresa y a partir de ello surgieron diferentes enfoques como los círculos de la calidad total, la reingeniería de procesos, six sigma, entre otras que tenían el propósito de mejorar la productividad de las empresas, fue entonces que en la industria automotriz surgió la conocida norma ISO 9001 como un modelo mundial para los sistemas de gestión de la calidad, esta fue creada y adoptada por la Organización Internacional de Normalización (ISO) y profundizando en las normas de gestión ISO, estas proporcionan un modelo a seguir para establecer y operar un sistema de gestión a través de un modelo que es construido en consenso internacional, es así que el grupo de normas ISO 9000 aborda diferentes

aspectos de la gestión de la calidad y proporciona guías y herramientas para las empresas y organizaciones que buscan asegurar de que sus productos y servicios cumplen consistentemente con las demandas del cliente y que la calidad se mejora constantemente (Cruz y otros, 2017).

La norma usa un enfoque que se basa en procesos y en el que se encuentra implícito el ciclo planificar, hacer, verificar y actuar (PHVA); este ciclo hace posible que la organización gestione de manera adecuada los recursos que están involucrados en sus procesos, además permite que se asegure la disponibilidad de los mismos y planificar los procesos y sus interacciones; sin embargo frente al desconocimiento de muchas organizaciones acerca de los requisitos que exige la norma, las herramientas, métodos y técnicas de calidad son fundamentales para adoptar los principios de calidad y son un apoyo en los procesos de mejora continua; una de estas herramientas es el Ciclo de Deming que consiste en cuatro etapas que son:

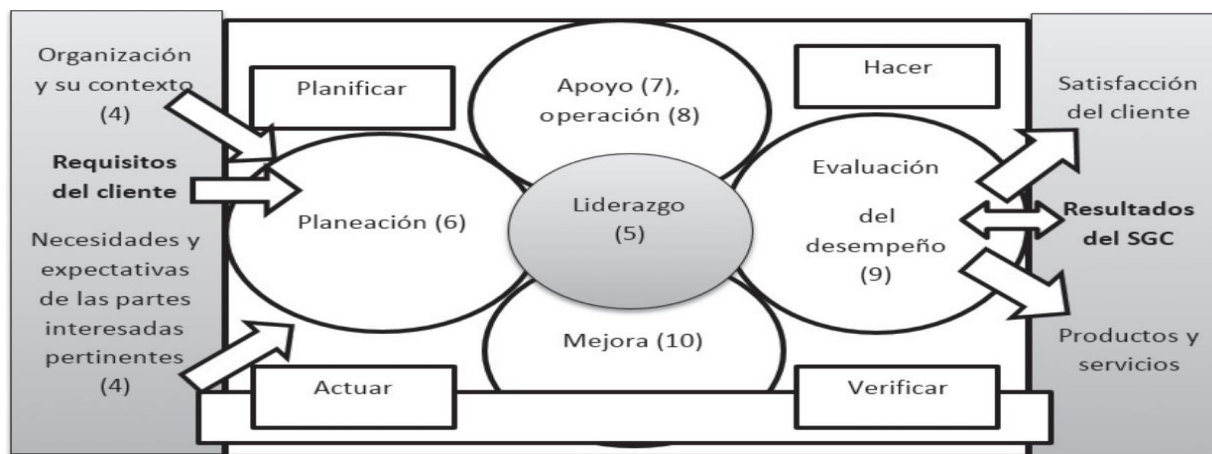
- a. Planear: En esta etapa la organización debe establecer metas, objetivos, planes, misión y visión en función a los requerimientos del cliente, también es importante que se realice un diagnóstico de la situación actual de la empresa con la finalidad de que se determinen que áreas serán las que más esfuerzo requieran para alcanzar los resultados propuestos.
- b. Hacer: En esta fase se implementa lo planificado de acuerdo a los objetivos establecidos en la fase previa.
- c. Verificar: En esta fase se realizan comparaciones entre los resultados que se esperan y los que se obtienen después de la implementación de los cambios en la fase previa.
- d. Actuar: En esta fase se establecen planes correctivos a través de un nuevo uso del ciclo PHVA en caso de que los cambios realizados no estén brindando los resultados

esperados, en caso ocurra lo contrario se establecen las medidas para seguir mejorando o manteniendo dichos resultados. (Vázquez y otros, 2023)

Además es importante mencionar que el ciclo PHVA engloba puntos considerados auditables de la norma ISO 9001:2015, estos se muestran en el siguiente esquema:

Figura 1

Ciclo de Deming y su relación con la Norma ISO 9001:2015



Nota: Los puntos auditables del 4 al 10 son parte de la norma ISO 9001:2015. Obtenido de Vázquez et al. (2023).

Se conoce que la normativa ISO 9001, fue desarrollada por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO) y aplicada por medio de los SGC en entidades, ya sean privadas o públicas, independientemente de su sector o tamaño. Al adoptar este sistema conforme a la ISO 9001, las organizaciones buscan obtener la certificación, lo que les permitirá generar garantías respecto a la calidad en la entrega de sus prestaciones de servicios y bienes a sus usuarios o consumidores. En la actualidad, los usuarios valoran positivamente aquellas empresas que demuestran un compromiso con la excelencia en la calidad. Por ende, normativas similares a la ISO 9001 son ventajosas competitivamente a todas las empresas que tienen como objetivo un posicionamiento firme y destacado en el mercado (ISO Tools, 2015).

La normativa ISO 9001 establece criterios fundamentales para implementar los SGC en las organizaciones. Por medio de esta norma, las empresas pueden comprender de manera integral los diversos requisitos de los usuarios y, al mismo tiempo, aplicarlos de manera efectiva en la consecución de sus objetivos. La ISO 9001 representa la versión más reciente de estándares que se aplican con el claro propósito de alcanzar metas que se relacionan estrictamente con tener clientes satisfechos cuya relación causal sea principalmente con los servicios y productos ofrecidos por la entidad. Su enfoque contribuye a elevar la calidad y el valor añadido en los procesos y la entrega de servicios, al mismo tiempo que impulsa mejoras significativas en la productividad de las acciones emprendidas por la organización. En esencia, ISO 9001 sirve como un marco sólido que guía a las empresas hacia la excelencia operativa y la mejora continua, asegurando así la alineación efectiva con las expectativas de los clientes y la optimización de sus operaciones internas (Vélez & Anchundia , 2022)

De acuerdo a Quimi (2019) esta norma presenta las siguientes ventajas:

- a. Mejora de credibilidad e imagen: Al ser un estándar internacionalmente reconocido, es referencia en cuanto a gestión de calidad a nivel global, reemplazando numerosos requisitos previos. Al buscar proveedores, las empresas suelen exigir que cumplan estándares de calidad o denominado QMS (Quality Management System) que se basa en la ISO 9001 y ser considerados. Esto, especialmente relevante al competir por contratos en sectores como el público en diferentes regiones del mundo. Por ello, la obtención de la normativa ISO 9001 constituye un instrumento de marketing poderosa.
- b. Mejora en el agrado del usuario (cliente): Los principios fundamentales del SGC, sirve a manera de base para requerimientos del estándar ISO 9001, consiste en

elevar la satisfacción del consumidor mediante la planificación, así como el esfuerzo en cumplir con sus exigencias. Al perfeccionar la clientela satisfecha, es posible retener a más clientes habituales, lo esencial en cuanto a la fidelidad de los usuarios radica en la satisfacción y la felicidad del mismo. Estos clientes satisfechos no solo se mantienen fieles, sino que también generan ingresos adicionales.

- c. Mejora en la integración de proceso: Analizando interacciones globales de procedimientos mediante una orientación de proceso sobre la normativa ISO 9001, será sencillo la identificación de medios para mejorar en cuanto a eficiencia y reducción de los costos. Ello se logra al eliminar los desperdicios que surgen cuando se ejecutan los procesos sin visión y posibles incompetencias en cuanto a las transiciones entre fases. Un flujo de proceso más eficiente también contribuye a minimizar errores y retrabajos, lo que puede generar ahorros significativos en los costos operativos.
- d. Mejora de fundamentación en toma de decisión: Es necesario adoptar un enfoque en la toma de decisión respaldado por evidencias. Basar la decisión en evidencias concretas sustituyendo a intuiciones subjetivas, se puede dirigir de manera más efectiva los recursos hacia áreas que aumentarán la eficiencia y mejorarán la reputación, reduciendo así la necesidad de ensayo y error en la búsqueda de la decisión correcta. Además, mediante el seguimiento del proceso en mejora, se podrá cuantificar el progreso alcanzado a partir de datos objetivos.
- e. Fomentar la cultura de constante mejora: Constituye el tercer principio de. Asumiendo dicha cultura al perfeccionar procedimientos y los resultados organizativos, se logran eficiencias en la organización, como la implementación de

procesos sistemáticos para abordar problemas y disminuir su impacto, así como acelerar el proceso de recuperación. Al mantener este enfoque constante y mejorar de manera continua año tras año, las Instituciones de Educación Superior (IES) pueden experimentar beneficios sostenidos a lo largo del tiempo.

A. Principios de gestión de calidad ISO 9001

De acuerdo a Sirvent et al. (2017), la norma ISO 9001 presenta 8 principios según norma dirigidos a la gestión de calidad, según los comités técnicos son definidos de la manera siguiente:

- a. Enfoques a la clientela: Muchas entidades se sustentan en su clientela, por lo que es esencial la comprensión de los requerimientos presentes y futuros, cumplir con los requisitos y trabajar para superar las perspectivas.
- b. Liderazgo: Las personas con liderazgo tienden a definir la cohesión de objetivos y el rumbo de las entidades. Tienen el deber de generar y conservar un entorno que motive al personal a comprometerse plenamente en el logro de las metas empresariales.
- c. Participación del personal: El equipo de trabajo representa el núcleo de las entidades. Su compromiso total posibilita que las competencias se utilicen en favor a la empresa.
- d. Enfoque basado en procesos: Es logrado de forma eficaz con resultados producto de la buena administración a manera de procesos de acciones y medios asociados.
- e. Enfoques del SGC: Reconocer, comprender y administrar las acciones interconectadas a manera de un sistema es fundamental para mejorar la eficacia y eficiencia de las entidades en la relación con sus metas establecidas.
- f. Mejora continua: El propósito constante de las entidades se debe caracterizar por las mejoras continuas en base a un enfoque integral.

- g. Enfoques basados en las situaciones para tomar decisiones: una decisión efectiva se fundamentan en analizar la data disponible.
- h. Relación beneficiosa con los proveedores: Existe una interdependencia entre las entidades y su proveedor. Cuando las relaciones se caracterizan por ser beneficiosas son potenciales de las capacidades de ambas partes para generar valor.

La norma ISO 9001 dentro de su enfoque general en SGC, establecen pautas en el control de procesos, documentación, registros, y mejora continua, lo cual indirectamente afecta la generación de bienes tangibles y servicios. La norma busca asegurar que las organizaciones cumplan con requisitos específicos, promoviendo operaciones efectivas y la satisfacción de los clientes, aspectos que también pueden influir en las capacidades de respuesta y seguridad en los bienes y prestaciones en el servicio, es así que se disponen:

B. Dimensiones de la variable Gestión de calidad basado en la ISO 9001

En términos simples, un sistema de gestión de calidad está compuesto de actividades que se aplican a diferentes elementos, estos pueden ser recursos, procedimientos, documentos, estructura organizativa y estrategias, el principal fin que se busca con ello es la calidad de los productos o servicios que se ofrecen al cliente y ello implica que se realicen planificaciones, controles y mejoras en todos los aspectos de la organización (Bertoli y otros, 2023).

La ISO 9001 es una guía de carácter internacional que se aplica a los SGC y considerando el enfoque del cliente se pueden considerar aspectos como; percepción del contexto organizacional, eficiencia operativa, evaluación del desempeño y planificación (ISO Tools, 2015).

- a. Contexto de organizacional: Se enfoca en los requisitos y expectativas de todas las partes interesadas, con el objetivo de involucrar a todos los actores clave a lo largo de los procesos organizacionales. Esto incluye tanto a los clientes internos como a los externos. Los clientes

internos se refieren a los colaboradores que forman parte de la organización y son responsables de la provisión de diversos resultados. Su participación es esencial, ya que cada colaborador contribuye al cumplimiento de los estándares de calidad establecidos y al mantenimiento de la continuidad en la gestión de calidad total. A su vez, los clientes internos están relacionados con otros participantes dentro de la organización, como proveedores, contratistas y aliados estratégicos, quienes desempeñan un rol crucial en la operación de las cadenas de suministro. Estas cadenas no solo aseguran el flujo adecuado de recursos, productos y servicios, sino que también tienen un impacto directo en los resultados finales que se entregan a los clientes externos; por otro lado, los clientes externos representan a los usuarios finales o consumidores del producto o servicio ofrecido. La calidad percibida por estos clientes está influenciada de manera significativa por el desempeño de las partes involucradas dentro del contexto organizacional. Por lo tanto, garantizar una integración efectiva entre los clientes internos, las cadenas de suministro y los estándares de calidad es esencial para lograr altos niveles de satisfacción y mantener una ventaja competitiva en el mercado.

- b. En este sentido, el contexto organizacional se convierte en un marco estratégico que conecta las metas de la organización con las expectativas de todas las partes interesadas. Además, facilita la identificación de riesgos y oportunidades que puedan afectar la calidad del servicio o producto, promoviendo una cultura de mejora continua que involucra a todos los niveles de la organización. (Tamayo y otros, 2021)
- c. Eficiencia operativa : Se refiere a la evaluación de los recursos utilizados en los procesos, considerándose principalmente como un indicador clave para medir qué tan eficientemente se realizan las actividades dentro de una organización en comparación con sus

competidores o rivales. Este indicador abarca diversos aspectos, como el uso óptimo de los recursos disponibles, la minimización de defectos en los productos, y la prestación de servicios de manera ágil y eficaz (Carreño, 2022). A través de la gestión de la calidad, se busca comprender y gestionar los procesos de forma integral, lo que implica identificar y eliminar redundancias, así como actividades que no aportan valor a la organización. Este enfoque permite no solo mejorar la eficiencia operativa, sino también optimizar los recursos, reducir costos innecesarios y aumentar la rentabilidad. La implementación de prácticas de calidad integral fomenta una visión estratégica de los procesos internos, ayudando a alinear las operaciones con los objetivos organizacionales y las expectativas del mercado. Al reducir desperdicios y defectos, no solo se logra una ventaja competitiva, sino que también se impulsa una cultura de mejora continua que refuerza la sostenibilidad y el crecimiento a largo plazo. (ISO Tools, 2015)

- d. Evaluación de desempeño: Se refiere al seguimiento y medición del desempeño, enfocándose en el análisis y evaluación de los procesos internos y las percepciones de los clientes. Este enfoque tiene como objetivo identificar y aplicar las medidas necesarias para alcanzar las metas organizacionales establecidas, al mismo tiempo que se optimizan los procesos existentes. Un aspecto clave de esta práctica es el diseño de planes estratégicos que faciliten la recopilación, síntesis y análisis de resultados, permitiendo así la identificación de oportunidades de mejora y la implementación de transformaciones sistemáticas. Estos planes no solo ayudan a optimizar el desempeño, sino que también garantizan la alineación de las operaciones con los objetivos organizacionales. Asimismo, se destaca la importancia de las evaluaciones estadísticas como herramienta esencial para validar las particularidades que influyen en los procesos. Estas evaluaciones proporcionan

una base objetiva para la toma de decisiones, ayudando a identificar patrones, tendencias y áreas críticas que requieren atención. La integración de estas prácticas fortalece la capacidad de la organización para adaptarse a los cambios, mejorar continuamente y responder de manera efectiva a las expectativas de los clientes y las demandas del mercado (Sotelo y otros, 2020)

- e. **Planificación:** El primer paso consiste en establecer objetivos claros, orientados a cumplir con los requisitos de la normativa aplicable. En este contexto, se busca desarrollar y formalizar documentos esenciales, como manuales de procedimientos y calidad, los cuales son fundamentales para abordar los diversos aspectos contemplados en la normativa vigente. Estos documentos actúan como guías estructuradas que aseguran la coherencia, la estandarización de procesos y el cumplimiento de los estándares establecidos. El segundo paso implica la identificación y localización de la documentación existente dentro del grupo, lo que incluye la revisión y actualización de los registros documentales necesarios para garantizar su vigencia y utilidad en el seguimiento de los procesos. Esto abarca, entre otros, la actualización de códigos de ética, políticas internas y otros documentos regulatorios o operativos relevantes. Este proceso asegura que la información disponible sea precisa, relevante y alineada con los objetivos estratégicos de la organización, facilitando la toma de decisiones informada y el cumplimiento normativo.

C. Pilares esenciales basados en los principios de la Gestión de calidad ISO 9001

El principal motivo por el cual las empresas adoptan sistemas de gestión de calidad es el cambio en las actitudes de los clientes y el comportamiento de los stakeholders; sin embargo, los efectos de estos cambios solo se evidencian cuando el personal está satisfecho con su trabajo y con las tareas que realiza; esto también está relacionado con las modificaciones en las políticas y

normativas que deben ser cumplidas rigurosamente para lograr una ventaja competitiva; asimismo, la selección adecuada de talento es crucial, ya que se trata de uno de los recursos más valiosos dentro de las organizaciones, ya que sin la colaboración de los empleados, sería inviable cumplir los objetivos establecidos en el plan estratégico; además, la velocidad con la que circula la información dentro de la organización y la precisión con que se transmite son elementos esenciales de la gestión empresarial, contribuyendo a una dinámica más compleja y reflejando el clima organizacional, ya sea positivo o negativo; todo esto asegura que los procesos productivos se realicen de manera ordenada, sistemática y orientada a la ejecución eficiente de las tareas (Vasquez & Vázquez, 2021).

- a. Liderazgo: en relación al liderazgo dentro de las organizaciones posibilitan el origen de las unidades directivas con propósitos y gestiones de los sujetos que facilitarían a las organizaciones el alineamiento con el marco estratégico, político, operacional y logístico con el objetivo de cumplir con los objetivos; en otras palabras, es indispensable la intervención del liderazgo, en la norma ISO 9001:2015 refiere la acreditación, dentro de las acciones que debe realizar un líder, se tiene la formación de niveles de dirección, comunica los procesos y propósitos de las entidades, participaciones activas de los medios, fomenta participaciones activas para la realización de los procesos, entre otras. (Vasquez & Vázquez, 2021)
- b. Apoyo: Está concentrado en la obtención de los medios adecuados, los sujetos idóneos, además de la infraestructura e instrumentos importantes para asegurar el cumplimiento de las metas que tienen las organizaciones; la disposición de recursos se refiere a un componente notable para una dinámica adecuada de las organizaciones, determinan las metas de la organización (Medina y otros, 2019)

- c. Operación: Las organizaciones deben implementar acciones requeridas en la inserción de un SGC, cada operación debe establecer la entrada y salida requerida, además de la sucesión de los procesos, considerando los recursos disponibles para el proceso, asignar obligaciones. La operación se compone de procesos que se caracterizan por el conjunto de componentes enfocados en un propósito, considerando el total de áreas intervinientes (Carriel y otros, 2018).
- d. Mejora: las fases de mejora deben tener un enfoque sistémico, debido a que las mejoras establecidas en un área no son necesariamente las más convenientes para otras, el marco estratégico o la nueva clientela. Las mejoras proponen la eliminación de los pasos o acciones que son innecesarias o demora en demasía los procesos, lo que se encuentra establecido en la normativa ISO con relación a la calidad; en este punto, es importante resaltar la conveniencia de la eliminación de las acciones innecesarias con fundamento en las visiones de calidad, no hay un sistema particular para la identificación de estas acciones, pues depende de las necesidades y la problemática de las organizaciones. (Medina y otros, 2019)
- e. El Manual de la calidad: En los procesos con el fin de guiar la elaboración y revisión del Manual de Calidad, tras cuatro meses de trabajo según las pautas establecidas en el manual, el equipo auditor presenta una primera revisión (revisión A) ante la directiva de las organizaciones. La Comisión directiva examina minuciosamente el manual, haciendo anotaciones y destacando áreas que requieren mayor claridad o detalle. Luego, el equipo auditor se encarga de adaptar y completar el manual, incorporando una segunda redacción que toma en consideración las anotaciones y comentarios proporcionados por la Comisión de Dirección. Este proceso asegura que el Manual de

Calidad contemple las guías señaladas en la normativa, al tiempo que refleja las necesidades y estándares específicos de la organización.

- f. Formación del personal de calidad: El enfoque del SGC no se limita simplemente a proporcionar herramientas y documentos formales, sino que aspira a la creación de una cultura organizacional arraigada a los servicios propios de la calidad. Más allá de la existencia de manuales y procedimientos, es esencial asegurar que todos los miembros del equipo comprendan profundamente la importancia de la calidad y cómo integrarla en sus responsabilidades diarias. Esto implica una transformación cultural donde la calidad no es solo un requisito, sino un valor compartido y practicado en todos los niveles de la organización. Un SGC efectivo no solo establece estándares, sino que cultiva una mentalidad para las mejoras continuas y responsabilidad colectiva hacia la excelencia en la calidad (Corrales, 2016).

D. Beneficios de la Norma ISO 9001

Los beneficios trascendentales según ISO 9001 que se presenta para una entidad se presenta a continuación:

- a. Constante mejora para obtener productos y bienes de calidad.
- b. Avances continuos en las atenciones amigables y oportunas a la clientela.
- c. Ejecución de los procesos organizativos transparentes.
- d. Garantía para el logro de metas, en conformidad con normativas actuales.
- e. Reconocer la relevancia del proceso e interacción interna.
- f. Trabajos integrados de manera armónica y centrada en las acciones.
- g. Adquirir recursos adaptados a los requerimientos específicos.
- h. Clarificación de las actividades de los colaboradores.

- i. Elevada satisfacción y evaluación positiva por parte de los clientes.
- j. Incremento de operaciones productivas y eficientes.
- k. Disminución de costos.
- l. Entornos laborales comunicativos, morales y satisfactorios.
- m. Obtención de ventajas competitivas y ampliación de oportunidades de ventas.

La implementación de SGC son de influencia favorable para los índices de desempeño.

Este resultado guarda congruencia con los principios mencionados en la teoría financiera, puesto que se alude a que una mejora integral de los procesos administrativos de una empresa conlleva al aumento de dichos indicadores. Esta mejora significa la disminución de los riesgos de insolvencia frente a situaciones financieras adversas a corto plazo, al proporcionar una mayor capacidad para cumplir con las obligaciones financieras y, en última instancia, se fortalece es estatus financiero de la organización. (Lizarazaburu, 2015)

La certificación ISO 9001 por parte de las empresas es de influencia positiva en los niveles productivos, la correspondencia entre las utilidades brutas y valor agregado, y, por ende, influye favorablemente en los resultados tanto del margen bruto como del margen operativo. Estos hallazgos reflejan la significativa contribución de los procesos de certificación para el aumento de producciones eficientes y la generación de riqueza a través del incremento en el valor de los diferentes productos (Lizarazaburu, 2015).

2.2.2. Teoría de satisfacción del huésped

La satisfacción del huésped se define en función al servicio recibido, teniendo en cuenta los niveles de cobertura de las expectativas y requerimientos, este juicio es altamente subjetivo y su percepción puede variar con el tiempo. Es esencial señalar que la satisfacción es una emoción que se manifiesta después de la vivencia de consumo, permitiendo al cliente confirmar si sus

expectativas iniciales fueron cumplidas. Este proceso implica la comparación entre las expectativas previas y la realidad experimentada, influenciando directamente en las perspectivas generales de los huéspedes de acuerdo a la calidad de los servicios que recibieron.

Acorde a Silva et al. (2021), la recopilación regular de comentarios sobre la satisfacción del huésped refiere una notable importancia para empresas exitosas. Cuando se gestionan adecuadamente, estos comentarios se convierten en recursos invaluableles para cultivar relaciones sólidas y fomentar huéspedes leales. Aquellas organizaciones que no realizan una recopilación de las percepciones de sus huéspedes, sus satisfacción y lealtad; carecen de la visión necesaria para evaluar si están en la dirección correcta o la dirección de los ajustes necesarios para satisfacer a los huéspedes. Este aspecto adquiere una importancia aún mayor para los pequeños y medianos hoteles, debido a que no pueden permitirse la pérdida de los huéspedes, especialmente dada la alta inversión asociada con la adquisición de nuevos clientes. En este contexto, la retroalimentación constante proporciona una guía valiosa para realizar mejoras continuas, adaptarse a las expectativas cambiantes y construir una base sólida de clientes leales que contribuyan al crecimiento y éxito a largo plazo del hotel.

La evaluación de la satisfacción del huésped se ve influida por múltiples factores, entre ellos, el precio, la calidad y el beneficio que genera el servicio o producto. Ofrecer una atención de calidad al consumidor es esencial para crear una experiencia positiva, y esta preocupación ha sido constante para las organizaciones en las últimas décadas. Por lo tanto, resulta fundamental capacitar y motivar al personal con el fin de fomentar relaciones duraderas y armoniosas con los clientes. Resultados positivos en dicho elemento es beneficioso para la competitividad del hotel. Además, a partir de los 70s, surgió el endo- marketing a manera de una alternativa de incluir el capital humano en el marketing en busca de la mejora de entidades productivas en relación con el

talento humano. Es notable la importancia comunicativa e interna de la organización , permitiendo que los colaboradores tengan una identificación con la entidad, de esta forma puedan contribuir de mejor forma para el trabajo en beneficio del bienestar organizacional (Salas-Canales, 2021).

La satisfacción del huésped en la industria hotelera está intrínsecamente ligada al nivel de calidad ofrecido, al cumplimiento efectivo de los servicios prometidos, a la autenticidad en la prestación de los mismos (validez) y a la disposición del cliente para regresar al hotel, lo que refleja su fidelidad. La percepción de calidad, el cumplimiento de expectativas, la coherencia entre lo prometido y lo entregado, y la satisfacción global impactan directamente en la disposición del cliente para regresar al mismo hotel en futuras ocasiones. Una experiencia positiva, respaldada por servicios de calidad, promueve la lealtad del cliente, consolidando así la importancia de la satisfacción en la gestión efectiva de hoteles, es así que se tiene:

2.2.2.1.Satisfacción y calidad de servicio

La apreciación respecto a la calidad del servicio está intrínsecamente ligada a dimensiones fundamentales, entre las cuales destacan la asistencia brindada, la organización de los procesos, el establecimiento de relaciones efectivas y la inserción de culturas para la seguridad. Estas dimensiones no solo tienen un impacto en las percepciones de la clientela respecto a los servicios y su calidad, sino también ejercen influencia en su percepción general en base a su satisfacción. Por lo tanto, se vuelve imperativo buscar un mejoramiento continuo en las prestaciones de servicios, buscando asegurar no solo el cumplimiento de las necesidades de los usuarios, sino superarlas. El logro de la satisfacción adecuada de los huéspedes o usuarios se convierte en el resultado de proporcionar una atención adecuada y eficiente, donde la organización no solo aborda las necesidades inmediatas, sino que también considera aspectos más amplios relacionados con la experiencia del cliente. En consecuencia, la gestión que se anticipa a los problemas o proactiva de

la calidad de los servicios simboliza un elemento clave para construir relaciones sólidas y duraderas con la clientela, lo que a su vez contribuye a organizaciones exitosas en un mercado cada vez más competitivo (Malpartida y otros, 2021).

Según Olguín et al. (2019) las percepciones de calidad en el servicio se erigen como un elemento crucial para la satisfacción de los huéspedes, representando un desafío único en su evaluación debido a la naturaleza intrínseca de los servicios, los cuales se consumen simultáneamente con su producción. La medición de la calidad en este contexto se vuelve una tarea complicada, transformándola en un objetivo continuo y no definitivo, dado que la calidad percibida es inherentemente subjetiva, implica índices de abstracción superiores a los atributos específicos del producto y se caracteriza por su naturaleza multidimensional. Esto significa que la evaluación de la calidad del servicio no solo tiene base en características tangibles, sino que también abarca aspectos intangibles como la atención a los huéspedes, la eficacia de la comunicación y las experiencias globales de los usuarios. Esta complejidad resalta la necesidad de estrategias continuas de mejora y adaptación para garantizar la alineación efectiva con las percepciones cambiantes del huésped y el logro de una satisfacción alta en un entorno empresarial dinámico.

Acorde a Bustamante et al. (2020) en un sentido amplio, las concepciones de servicio abarcan actividades que no son tangibles, aunque su respaldo puede ser tangible al incluir hechos y acciones realizadas para y con la participación de los usuarios. La evaluación de estos servicios está intrínsecamente ligada a las percepciones de los sujetos receptores. Los servicios comprenden, por lo tanto, la conjunción de actividades de naturaleza directa y complementaria en función a los bienes tangibles respaldados por soportes tangibles. En resumen, se manifiesta a través de acciones, procesos y servicios destinados a cumplir con especificaciones técnicas y funcionales que generan satisfacción para el usuario. Este enfoque integral destaca la naturaleza dual de los

servicios, fusionando aspectos intangibles y tangibles para proporcionar experiencias satisfactorias y cumplir con las expectativas del cliente en diversos sectores y contextos.

Acorde a Silva et al. (2019) la percepción de calidad en una empresa de servicios está vinculada al grado en que se cumplen los estándares establecidos, estos son creados por expertos, definen las condiciones esenciales para llevar a cabo actividades dentro de un marco de calidad y alcanzar las metas organizacionales. Sirven a manera de puntos de referencia, delineando responsabilidades y proporcionando seguridad en la ejecución de acciones. Es crucial que estos estándares sean públicos, señalen claramente responsabilidades, sean susceptibles de rendición de cuentas y funcionen como indicadores del nivel de calidad de las acciones organizacionales. La existencia y aplicación efectiva de estos estándares contribuyen significativamente a las percepciones generales de la calidad de la clientela y su prosperidad a futuro.

La percepción de calidad en una empresa de servicios está vinculada al grado en que se cumplen los estándares establecidos. Estos estándares, creados por expertos, definen las condiciones esenciales para llevar a cabo actividades dentro de un marco de calidad y alcanzar las metas organizacionales. Sirven a manera de puntos de referencia, delineando responsabilidades y proporcionando seguridad en la ejecución de acciones. Es crucial que estos estándares sean públicos, señalen claramente responsabilidades, sean susceptibles de rendición de cuentas y funcionen como indicadores del nivel de calidad en las acciones empresariales. La existencia y aplicación efectiva de estos estándares contribuyen significativamente a la percepción general de calidad de los huéspedes y al éxito a largo plazo de las empresas (Contreras et al., 2019).

Es posible definir a la calidad de servicio como la evaluación del cumplimiento; es decir, la medida en que el servicio satisface los objetivos planificados y su capacidad para adaptarse en operaciones futuras mediante nuevos enfoques. Este hecho es conocido como la evaluación de las

actitudes del servicio. Aunque ofrecer un trato excelente al cliente es una prioridad, existen situaciones en las cuales el recurso humano no logra cubrir con la expectativa de los intervalos temporales para el cumplimiento con los huéspedes. Se resalta la importancia del conocimiento acerca de las implicancias de la calidad que es de impacto directo con el huésped y abarca la capacidad de la organización para evaluar y ajustar continuamente sus procesos para garantizar la satisfacción de la clientela a largo plazo. La evaluación de las actitudes del servicio no solo se enfoca en el presente, sino que también implica una perspectiva orientada al futuro, permitiendo a la organización adaptarse proactivamente a cambios y mantener operaciones efectivas y de calidad para la satisfacción de los huéspedes (Vilca y otros, 2021).

La validez en el contexto de las evaluaciones de la calidad del servicio se encuentra relacionado con la capacidad de los modelos utilizados para establecer mediciones precisas. Numerosos investigadores han destacado las virtudes de diversos modelos diseñados para valorar servicios de calidad. Aplicando estos modelos, los investigadores pueden determinar la confiabilidad y validez de los datos recolectados durante la evaluación. Esta validación refuerza la idea de que dichos modelos exhiben una alta confiabilidad y validez con el fin de valorar la calidad del servicio. La aplicación de estos modelos no solo proporciona métricas cuantitativas, sino que también garantiza que las mediciones sean representativas y precisas, lo que contribuye a una comprensión más profunda de los aspectos de calidad percibida por el huésped. En última instancia, la validez de los modelos de evaluación se convierte en un elemento crucial para asegurar que las conclusiones derivadas de la evaluación sean sólidas y fundamentadas (Romero y otros, 2020)

La percepción y valoración para las prestaciones de servicio con calidad es un proceso apremiante al determinar el nivel de calidad, y está estrechamente ligada a la validez de los

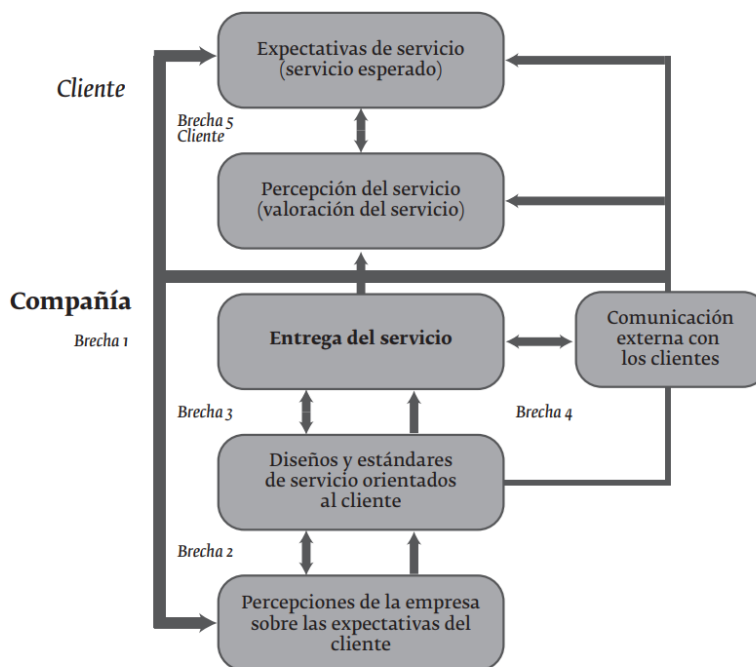
métodos utilizados en este proceso. Se manifiesta por medio de la discrepancia entre lo que se espera y lo que se obtiene en momentos críticos del ciclo de los servicios, resultando en una evaluación global del cliente medida por su grado de satisfacción. Este proceso no solo proporciona información sobre la calidad percibida, sino que también facilita evaluar la efectividad de los servicios. Es crucial que esta evaluación abarque todas las fases vitales de los productos, empleando indicadores estrechamente correspondientes a la satisfacción de los consumidores. En última instancia, la calidad que se percibe respecto al servicio es un indicador que refleja la efectividad de las organizaciones en cumplir con las demandas de la clientela en diferentes etapas de la interacción (Pazmiño y otros, 2021).

2.2.2.2. Medición de la Satisfacción del huésped por medio del Modelo SERVQUAL

El Modelo SERVQUAL es una herramienta ampliamente utilizada para medir la satisfacción del cliente en servicios, que se basa en la diferencia entre la construcción previa de expectativas y la percepción efectiva por el servicio recibido; permite cuantificar a este aspecto a través de la aplicación de cuestionarios que recogen las expectativas y percepciones del usuario, es decir permite determinar la satisfacción del usuario a través de un conjunto de interrogantes acerca del servicio que este recibió, es así que el modelo en cuestión diseñado por Parasuraman es la herramienta más usada en las empresas de servicios y se conforma de dos partes que claramente se pueden diferenciar en el modelo de brechas (ver figura 1) en el que se segmenta el proceso que tiene como eje central la prestación o entrega de un servicio y en el que las dos partes que se pueden apreciar se orientan al cliente y a la compañía (Bustamante et al., 2019).

Figura 2

Modelo de brechas de la calidad de servicio



Nota. Extraído de Bustamante et al. (2019)

De acuerdo a la representación mostrada anteriormente, se observa en la parte superior del gráfico que los clientes tienden a crear o generarse expectativas respecto al servicio que van a recibir y en la parte inferior se observa que las empresas también tienden a generar percepciones acerca de las expectativas que el cliente espera recibir y dichas percepciones generan diseños y estándares que se brindan al cliente en relación a sus necesidades y es en esta etapa que la comunicación con el cliente es el eje fundamental para comprender sus necesidades y cerrar el ciclo garantizando que no existan problemas en etapas posteriores como la percepción del cliente y la respectiva valoración del servicio y es en base a este fundamento que el modelo SERVQUAL remite su funcionamiento en la opinión de los clientes respecto a aspectos que permiten medir sus expectativas sobre como deberían ser los servicios prestados, las percepciones de los clientes en relación a la prestación de servicio con calidad y finalmente la percepción del cliente sobre la

importancia de aspectos como la eficiencia de prestación del servicio, la comunicación, normas de calidad, etc. (Bustamante et al., 2019)

De acuerdo con Fuentes (2021), se conoce al modelo SERVQUAL como un instrumento que hace posible conocer las expectativas de los usuarios en relación a la prestación de servicio con calidad; es decir, permite medir el grado de satisfacción con respecto a los indicadores de calidad de cada servicio que se brinda y esto se logra a través del estudio de parámetros en los cuales se identifiquen debilidades de la empresa; este modelo fue creado por Parasuraman, Zeithaml y Berry en 1998 y considera dimensiones que son: Fiabilidad, seguridad, elementos tangibles, capacidad de respuesta y empatía.

2.2.2.3. Dimensiones de la satisfacción del huésped

El modelo SERVQUAL, desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), es una herramienta ampliamente utilizada para medir la satisfacción del cliente en base a dimensiones cruciales como: elementos tangibles, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

A. Empatía: Se conoce como aquel vínculo que se establece entre el cliente y la empresa y se forma a través de la atención personal que los trabajadores brindan a los clientes y la capacidad de la empresa para brindar este servicio, para ello es necesario que los trabajadores cuenten con capacidades como la comunicación y el generar valor agregado con los clientes, además es importante que las empresas identifiquen favorablemente las necesidades específicas de los clientes con la finalidad de brindar un trato personalizado que genera la percepción de preocupación por los intereses del cliente. (Narváez y otros, 2020). En tanto de acuerdo con Cervantes et al. (2021), la empatía genera un impacto directo en la productividad, la lealtad y el compromiso de los empleados, además la complejidad del mercado y la innovación generan múltiples situaciones que requieren un

número significativo de habilidades, altos conocimientos, respuestas rápidas y adaptabilidad, y de acuerdo con el crecimiento de la empresas estas se vuelven mas indispensables debido a las exigencias del cliente, por lo que es importante que se generen estrategias diferenciadoras de la competencia y la empatía en el servicio es una herramienta eficaz para tal fin. En tanto para Bustamante et al. (2019), la empatía como parte del modelo Servqual involucra que la organización:

- a. Cumpla con lo prometido
- b. Muestre interés sincero por resolver problemas
- c. Realice bien el ser servicio la primera vez que el cliente lo solicite
- d. Concluya con el servicio en el tiempo prometido
- e. No cometa errores

B. Seguridad: La seguridad se conoce como aquella tarjeta de presentación de los colaboradores, en ese sentido esta dimensión mide la capacidad para generar credibilidad y confianza en los clientes, para ello se consideran aspectos como criterios de cortesía, profesionalismo y credibilidad que se muestran durante la prestación de servicios (Narváez, 2020). En tanto para Béjar (2021), la seguridad se puede identificar desde la perspectiva del cliente a través de las capacidades que muestran los empleados o colaboradores de una organización, dichos aspectos son:

- a) Competencia: Capacidad para demostrar conocimientos y habilidades suficientes para realizar los servicios.
- b) Cortesía: Actitud de consideración que se muestra durante la prestación de un servicio.

- c) **Credibilidad:** Capacidad para demostrar confianza, fidelidad y honestidad durante y después de la prestación de servicios, este factor repercute principalmente en la reputación de la empresa y las características del personal.

C. Elementos tangibles: Este concepto engloba la percepción de equipos, infraestructura, los empleados y las materias en cuanto a comunicación dentro de los términos de su apariencia y tangibilidad. (Guatzoón y otros, 2020). La norma ISO 9001, en su enfoque hacia un SGC por medio de la regulación documental, control de registros, gestión de productos no conformes y la promoción de la mejora continua, la ISO 9001 brindan un alcance integral a fin de asegurar la calidad para producir los bienes y servicios. Estos elementos del SGC contribuyen a asegurar que las organizaciones cumplan con las pautas especificadas, independientemente de la naturaleza tangible o intangible de sus productos, fomentando así operaciones eficientes y satisfacción de la clientela. Aunque los aspectos tangibles son cruciales para el rendimiento óptimo de las empresas, una distinción clave con respecto a los factores tangibles es que los intangibles son más difíciles de adquirir de manera directa, ya que en su mayoría deben desarrollarse internamente en las personas, construyéndose gradualmente con el tiempo. (Osorio y otros, 2021).

La norma ISO 9001 abarca los requerimientos relacionados a revisión de servicio y producto por parte de la empresa. Los compromisos que la empresa debe cumplir están incorporados en requerimientos de la presente normativa. La firma tiene la obligación de que implemente los procedimientos necesarios para facilitar comunicación con usuarios de la organización. Asimismo, se deben activar los procedimientos que aseguren al ejecución de requerimientos de servicio y productos proporcionados. (ISO Tools, 2015)

D. Capacidad de respuesta: La adaptación al contexto involucra toma de decisiones fundamentada al conocimiento adquirido y habilidad desarrollada, lo cual fortalece dicha capacidad de la entidad para actuar y comprender de manera eficaz. Está vinculada al rendimiento, la rapidez y la sincronización de implementación y revisión periódica de las acciones. De este modo, las empresas que responden rápidamente tienden a destacarse como competidores sobresalientes, reconocidos por su agilidad, creatividad y por su habilidad para aprender de las experiencias pasadas. (Demuner y otros, 2018).

En el contexto del proceso logístico, la capacidad de respuesta fue examinada en cuanto al impacto ejercido para la toma de decisiones que aborda de manera ágil y eficaz las demandas. La CR se destaca por la rapidez con la que la organización ajusta sus procesos de producción, considerando la duración de periodos o ciclo y otra competencia en la adaptación y contrarrestar variaciones para las cadenas de suministro. Esta capacidad está vinculada con la ejecución y exploración de forma habitual de actividades, manteniendo coherencia con el objeto establecido. Se muestra mediante la eficacia y eficiencia en cuanto al cumplimiento de procedimientos ágiles, alineados con tiempo y rutina estandarizada, lo cual permite una respuesta oportuna a las variaciones del entorno. (Rodríguez & Da Cunha, 2018)

Estas decisiones implican cambios entre enfoques de inversión y ampliar la producción o tecnología, o mantener la capacidad instalada. Al equilibrar cuidadosamente su toma de decisiones entre ambos enfoques (invertir o no hacerlo), las empresas pueden ajustar sus etapas de desarrollo y ciclos de comercialización para satisfacer mejor las necesidades del mercado. Esto les permite maximizar sus ganancias mientras se aseguran de seguir siendo competitivos en sus respectivas industrias (Pérez , 2023).

- a. **Eficiencia del servicio:** Se trata de efectos que guían la conducta futura de las organizaciones de manera que les permite lograr su misión con eficacia y eficiencia. Una estrategia adecuada fusiona las metas, políticas y tácticas de la organización en una entidad cohesionada, basada en las realidades del negocio. (Pacheco & Rodríguez , 2020)
- b. **Rapidez de servicio:** Alude principalmente a la mirada y calificación acerca de la calidad de un servicio que se gesta en la mente de los clientes, incorporando rapidez en cuanto entrega del producto y fundamentándose en comprensión de usuarios en cuanto a su necesidad. Se busca el aumento de esperanza o previsión de los usuarios referido a un producto específico. (Izquierdo , 2021).

2.3. Marco conceptual

- **Atención correcta:** Es el procedimiento adecuado para la atención a la clientela, es dependiente de múltiples elementos para consumidores satisfechos, considerando las capacidades y habilidades del personal que atiende (López S. , 2020)
- **Calidad de servicio:** Suele ser abordada a manera de una estructuración de múltiples dimensiones compuesta por diversos elementos, en vez de considerarse un aspecto multidimensional (Contreras, 2021).
- **Capacidad de respuesta:** Se presenta como una acción de elevado índice que fusiona, desarrolla y adapta los medios y habilidades con el propósito de reaccionar de manera ágil ante los cambios en el entorno. (Demuner y otros, 2021)
- **Confiabilidad:** Aborda la seguridad que es transmitida a los clientes mediante sus competencias y destrezas en la prestación del servicio, así como su cortesía,

profesionalismo, habilidades técnicas y comportamiento interpersonal. (Silva y otros, 2021)

- **Elementos tangibles:** Estas están vinculadas con el cliente y su satisfacción, lo cual es positivo en las organizaciones, ya que se prestan para la generación de impactos positivos negativos en los clientes según su percepción al observarlas (Crispín y otros, 2020).
- **Fidelidad:** Se trata de las elecciones intencionales que motiva a los clientes a adquirir un bien o servicio. Esto implica que este hecho está estrechamente condicionado a las experiencias previas de los sujetos (Choca y otros, 2018).
- **Infraestructura:** Según Alonso (2020) la infraestructura de un servicio está referido a la agrupación de elementos y recursos importantes para que ese servicio funcione de manera eficiente y efectiva.
- **ISO 9001:** Norma de carácter internacional que establece las pautas para un SGC de las organizaciones. Su finalidad es apoyar a que las organizaciones aseguren de manera integral la calidad en sus productos y sus prestaciones de servicio y; mejorar continuamente todos sus procesos. Al seguir los principios de la ISO 9001, las organizaciones pueden demostrar su compromiso con la satisfacción de la clientela, operaciones eficientes y la mejora constante (ISO Tools, 2015).
- **Gestión de calidad:** Para Betlloch et al. (2019), los SGC son instrumentos diseñados para organizar, supervisar y potenciar las operaciones cotidianas realizadas en una entidad o servicio.

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Formulación de Hipótesis

3.1.1. *Hipótesis general*

La gestión de calidad del servicio basado en ISO 9001 se relaciona significativamente con la satisfacción de los huéspedes del hotel Imperial en la ciudad de Abancay, año 2023.

3.1.2. *Hipótesis específicas*

- a. Existe relación significativa entre el contexto organizacional y la satisfacción de los huéspedes del hotel Imperial en la ciudad de Abancay, año 2023.
- b. Existe relación significativa entre la eficiencia operativa y la satisfacción de los huéspedes del hotel Imperial en la ciudad de Abancay, año 2023.
- c. Existe relación significativa entre la evaluación del desempeño y la satisfacción de los huéspedes del hotel Imperial en la ciudad de Abancay, año 2023.
- d. Existe relación significativa entre la planificación y la satisfacción de los huéspedes del hotel Imperial en la ciudad de Abancay, año 2023.

3.2. Identificación de variables

- Variable independiente: Gestión de calidad del servicio basado en ISO 9001

Dimensiones:

- Contexto organizacional
- Eficiencia Operativa
- Evaluación del desempeño
- Planificación

- Variable dependiente: Satisfacción del huésped

Dimensiones:

- Empatía
- Seguridad
- Elementos tangibles
- Capacidad de Respuesta

3.3. Matriz de operacionalización de variable

Variables	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Unidad de medida
Independiente: Gestión de calidad del servicio basado en ISO 9001 (X)	La gestión de calidad se trata de la conjunción de actividades caracterizadas por la planificación y sistematización para obtener consumidores con confianza sobre un producto o servicio (Díaz & Salazar, La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial, 2021)	Contexto organizacional	Compresión de la organización Gestión de procedimientos Compresión de necesidades y expectativas de las partes interesadas Mejora continua	Cuestionario Escala de Lickert
La gestión de calidad es un conjunto estructurado de acciones para afianzar la confianza de los consumidores en relación a los productos o servicios brindados (Díaz & Salazar, 2021)	La ISO 9001 es una guía de carácter internacional que se aplica a los SGC y considerando el enfoque del cliente se pueden considerar aspectos como; percepción del contexto organizacional, eficiencia operativa, evaluación del desempeño y planificación (ISO Tools, 2015).	Eficiencia Operativa	Recursos (generalidades y personas) Recursos (infraestructura) Información de productos o servicios Recursos (Seguimiento y medición) Competencia Toma de conciencia Comunicación Información documentada	Check-List Escala dicotómica
		Evaluación del desempeño	Seguimiento, medición, análisis y evaluación (generalidades y satisfacción del cliente) Liderazgo y compromiso Revisión por la dirección	
		Planificación	Acciones para abordar riesgos y oportunidades Objetivos de la calidad y planificación para lograrlo Planificación de los cambios	
Dependiente: Satisfacción del huésped (Y)	La satisfacción es aquella evaluación que realiza el cliente frente al servicio que recibió con el cumplimiento de sus expectativas y necesidades, y que se caracteriza por ser altamente subjetiva y modificable en el tiempo. (Silva y otros, 2021)	Empatía	Atención individualizada Horarios de trabajo convenientes para los clientes Tienen empleados que ofrecen atención personalizada Se preocupan por los clientes Comprenden las necesidades de los clientes	Cuestionario Escala de Lickert
La satisfacción del huésped se enfoca en la expectativa que proporciona la gestión de los hoteles (García y otros, 2018)	El modelo SERVQUAL, desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), es una herramienta ampliamente utilizada para medir la satisfacción del cliente en base a dimensiones cruciales como: elementos tangibles, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.	Seguridad	Se presencia un comportamiento confiable por parte de los trabajadores o empleados El cliente se siente seguro Los empleados brindan amabilidad Los empleados muestran conocimiento suficiente	
		Elementos tangibles	Instalaciones atractivas y en buen estado Equipos que cumplen con su funcionalidad Empleados con apariencia pulcra Elementos materiales en buen estado y atractivos	
		Capacidad de Respuesta	Comunicación constante entre el cliente y empleados Se brinda una atención rápida y oportuna Los empleados muestran disposición a ayudar Se presencia un buen ambiente calmado en el establecimiento	

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1. Tipo de investigación

El estudio fue de tipo aplicado; de acuerdo a Hernández y Mendoza (2018) los estudios aplicados se enfocan en la aplicación o puesta en práctica de los conocimientos y resultados obtenidos en estudios previos. En concordancia con esta definición, el presente estudio se clasificó como aplicado, debido a que aplicó la teoría de ambas variables a una realidad específica. El objetivo principal fue contribuir con soluciones concretas y prácticas, vinculando la teoría a situaciones reales para abordar de manera efectiva la problemática identificada.

4.2. Nivel de investigación

Los estudios correlaciones son aquellos que presentan como meta hallar la conexión de dos o más variables dentro de un ambiente en específico, la relación y su naturaleza son las finalidades. (Hernández & Mendoza, 2018)

Dicho lo anterior, el estudio correspondió al nivel correlacional, puesto que se tuvo como fin la búsqueda de la relación existente entre variables propuestas.

4.3. Diseño de investigación

Según los autores Hernández y Mendoza (2018), las indagaciones de corte no experimental son aquellas a quienes no se manipula ninguna variable, es decir no hay intención de alguna variación, llevándose en su proceso natural. Por lo tanto, el estudio fue no experimental en el sentido que no se manipuló ninguna variable.

Según la prolongación del tiempo de observación se considera transversal; según Hernández y Mendoza (2018), las indagaciones transversales o de corte trasversal, son aquellas que recopilan datos en un solo momento en el tiempo. Dada la explicación, la presente

correspondió a una investigación trasversal, es decir la aplicación de los instrumentos se dio en un solo momento.

4.4. Enfoque de investigación

El cuantitativo; este tipo de enfoque es aquel por el cual los expertos recolectan data numérica con el fin de brindar una estructura que pueda dar solución a las hipótesis que han sido planteadas; de esta manera, se podrá explicar y brindar descripciones precisas. (Hernández & Mendoza, 2018). Por tanto, el estudio se planteó bajo un enfoque cuantitativo porque buscó medir las variables, además de corroborar las hipótesis.

4.5. Método de la investigación

El método seguido fue el deductivo, es decir se trabajó desde la teoría y datos generales para posteriormente pasar a analizar datos propios y comprobar las hipótesis.

4.6. Población y muestra

4.6.1. Población

La población está definida como todas las unidades estudiadas, las cuales deberán de tener peculiaridades similares (Hernández & Mendoza, 2018).

La población totalitaria a evaluar fueron los huéspedes del hotel visitantes el mes de marzo de 2023, siendo un total de 178, incluyendo extranjeros y nacionales.

El mes de marzo se eligió estratégicamente por su alineación con la cantidad promedio de visitantes mensuales, lo que lo convierte en un periodo propicio para la selección de huéspedes (Anexo 06); de esta manera la población estuvo distribuida de la siguiente manera:

Tabla 1*Cuadro de población de huéspedes del Hotel Imperial del mes de marzo 2023*

Detalle		Vacaciones, Recreo U Ocio	Visitas A Familiares Y Amigos	Negocios Y/O Motivos Profesional	Total De Huéspedes
Extranjeros	y No	03	0	0	03
Residentes					
Peruanos y Residentes		52	55	68	175
Total		55	55	68	178

Nota. Elaboración propia

4.6.2. Muestra

La muestra según los autores se entendería como el subgrupo poblaciones ejemplificante y con las mismas características (Hernández & Mendoza, 2018)

El estudio consideró un muestreo probabilístico, el cual consistió en un subgrupo extraído de la población en el que los elementos al elegirlos presentan la misma probabilidad de participar, se utilizó como fórmula:

$$n = \frac{z^2 p q N}{E^2 (N - 1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

n= tamaño muestral

N= 178 huéspedes

Z= nivel de confianza (1.96)

p = probabilidad de éxito (0.5)

q = Probabilidad de fracaso (0.5)

E = Error (0.05)

De acuerdo al cálculo, se determina que el tamaño de muestra fue de 122 huéspedes, quienes serán a los que se les aplicará el instrumento para la recolección de información.

4.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.7.1. Técnicas

La técnica de estudio a utilizar fue la encuesta, por medio de las encuestas se puede recolectar información, en el caso de estudio se recolectará información de los huéspedes respecto a su percepción de la calidad recibida en el servicio. Además, se hará uso de la observación para conocer en qué medida se cumple el ISO 9001.

También se utilizó el acervo documentario, que incluye documentos proporcionados por el hotel, como manuales de procedimientos, políticas, registros de auditorías internas, políticas de calidad y otros informes relevantes, con el objetivo de complementar el análisis y evaluar la conformidad con los estándares de calidad establecidos.

4.7.2. Instrumento

El instrumento que se usó para la recolección de datos será un cuestionario estructurado que considera a la escala de Likert como categoría de respuestas, esta escala se conoce como un método que ayuda a que los encuestados puedan definir su nivel de acuerdo o desacuerdo con afirmaciones específicas, ofreciendo así una evaluación cuantitativa de actitudes, percepciones u opiniones. Al utilizar esta escala, se busca obtener respuestas graduadas que faciliten el análisis y la interpretación de la información recopilada.

Por otro lado, se tuvo un Check-list que constó de una “Auditoría Interna de un Sistema de Gestión de la Calidad Norma ISO 9001:2015”.

4.8. Validez y confiabilidad de instrumentos

Para brindar mayor confiabilidad y validez al instrumento de la encuesta se efectuó la validación por medio del juicio de expertos que según Del Carmen y Robles (2015) es el grado en que un determinado instrumento mida efectivamente los indicadores para lo cual ha sido construido; asimismo, está relacionado a la precisión del instrumento por medio de pruebas de consistencia, acuerdo entre expertos y estabilidad en el tiempo.

Los expertos consultados confirmaron la alta confiabilidad del instrumento utilizado, con valores entre 0.81 y 1, respaldando sus afirmaciones con experiencia en docencia universitaria y conocimientos especializados (Anexo 04). Por otro lado, al evaluar la fiabilidad del instrumento se tuvo:

Tabla 2
Resumen del procesamiento de datos

		N	%
Casos	Válido	122.0	100.0
	Excluido	0.0	0.0
Total		122.0	100.0

Nota. Elaboración propia

Tabla 3
Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.901	35.0

Nota. Elaboración propia

En las tablas anteriores se observa que un total de 122 casos válidos, el coeficiente de Alfa de Cronbach resultó 0.901; por lo cual, se deduce una alta consistencia interna entre los indicadores de las variables

4.9. Procesamiento de análisis de datos

Con el fin de llevar a cabo el procesamiento de los datos recolectados, se empleó el software especializado como SPSS en su última versión, este programa permitió un análisis detallado de las variables e indicadores identificados en la investigación. Asimismo, se utilizó la estadística descriptiva por medio de figuras de frecuencia para describir a las variables en cada una de sus dimensiones y la estadística inferencial permitió corroborar las hipótesis planteadas.

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. Resultados del check list aplicado al hotel Imperial en la ciudad de Abancay respecto a la gestión de calidad basada en ISO 9001

En esta sección se presentan los resultados del check list aplicado al hotel Imperial, ubicado en la ciudad de Abancay, con el fin de evaluar su gestión de calidad conforme a los estándares de la norma ISO 9001. El análisis se centró en diversos aspectos críticos como la satisfacción de huéspedes; la expresión de eficiencia en el proceso; el cumplimiento de los requisitos legales y reglamentarios, y la mejora continua. Los hallazgos obtenidos proporcionan una mirada global del diagnóstico del sistema de gestión de la calidad del hotel y destacan tanto sus fortalezas como las áreas que requieren mejoras.

5.1.1. Contexto organizacional

Tabla 4

Comprensión de la organización y su contexto

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿Dispone la organización de una metodología para el análisis, seguimiento y revisión del contexto interno y externo?	No	
¿Ha detectado la organización todos los factores externos que afectan al desempeño de la organización?	Si	La competencia agresiva de los demás hoteles
¿Ha detectado la organización todos los factores internos que afectan al desempeño de la organización?	Si	
¿Se han tenido en cuenta los factores empleados en la definición y planificación del sistema de gestión?	No	
Total		

Nota. Elaboración propia

En la tabla anterior se analiza la percepción sobre la comprensión de la organización y su contexto. Se observa que el hotel Imperial carece de una metodología para el análisis, seguimiento y revisión de su contexto interno. Por otro lado, se han identificado factores que afectan su desempeño, como la competencia agresiva de otros hoteles y otros factores internos. Sin embargo, no se han considerado elementos necesarios para la precisión y planificación del sistema de gestión.

Tabla 5

Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿Dispone la organización de una metodología para la detección y el análisis de expectativas y necesidades de las partes interesadas?	No	
¿Se han detectado todas las necesidades y expectativas de las partes interesadas que puedan afectar al desempeño del sistema de gestión?	No	
¿Se realiza el seguimiento y la revisión de la información relacionada con las partes interesadas y sus requisitos pertinentes?	No	
¿Se han tenido en cuenta las necesidades y expectativas de las partes interesadas en la definición del sistema y su planificación de actividades?	No	
Total		

Nota. Elaboración propia

En la tabla anterior se analiza la percepción acerca de la comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas. En términos generales, se observa que el Hotel Imperial carece de una metodología adecuada para identificar las expectativas de las partes interesadas; además, no ha detectado todas las necesidades y expectativas pertinentes de estas partes, ni realiza el seguimiento y revisión de la información relacionada; por último, no se han tenido en cuenta estas necesidades y expectativas para asegurar la precisión del sistema mencionado anteriormente.

Tabla 6*Determinación del alcance del sistema de gestión de la calidad*

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿Tiene documentado la organización el alcance del sistema de gestión?	No	
¿Se han delimitado claramente los límites físicos y las actividades del sistema?	No	
¿Se han justificado adecuadamente la no aplicabilidad de los requisitos señalados por la organización?	No	
¿Los requisitos no aplicables no afectan a la calidad de los productos o la satisfacción de los clientes?	No	
Total		

Nota. Elaboración propia

En la tabla anterior se analiza la percepción sobre la determinación del alcance del sistema de gestión de la calidad. En general, se observa que el Hotel Imperial no cuenta con documentación clara respecto a los alcances en su sistema de gestión; además, no ha establecido límites claros para sus actividades ni ha explicado adecuadamente la falta de aplicación de los requisitos establecidos por el hotel. Sin embargo, a pesar de la falta de claridad en la aplicabilidad de estos requisitos, no se ha visto afectada la satisfacción de los clientes.

Tabla 7*Sistema de gestión de la calidad y sus procesos*

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿Se han identificado todos los procesos necesarios y sus interacciones, incluyendo entradas, salidas y secuencia?	Si	
¿Se han definido actividades de seguimiento e indicadores para el control de estos procesos?	No	
¿Se han identificado los recursos necesarios y las responsabilidades y autoridades de cada proceso?	Si	
¿Se han definido los procesos teniendo en cuenta los riesgos y oportunidades?	No	
¿Se evidencia la mejora en el desempeño de los procesos y el sistema de calidad?	Si	
Total		

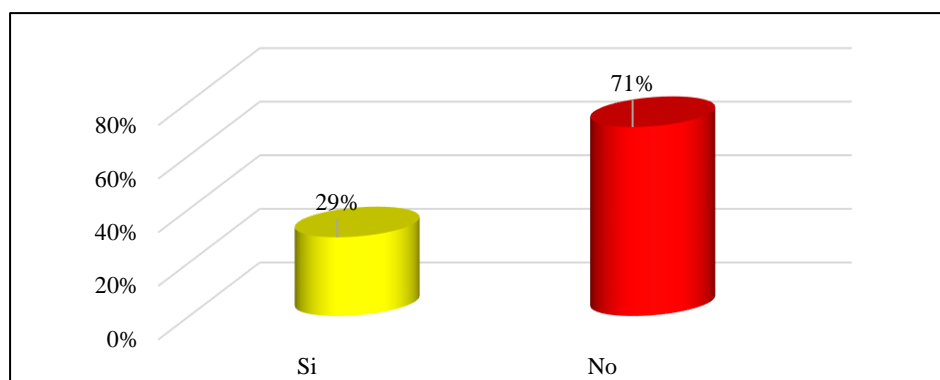
Nota. Elaboración propia

En la tabla anterior se observa respecto a la percepción sobre el sistema de gestión de la calidad y sus procesos. Al respecto, si se reconoció los procesos de entrada y salida; no se ha identificado acciones para el monitoreo, como indicadores para el control; se reconoció los recursos importantes y la definición de responsabilidades; no precisó los procesos considerando las oportunidades y riesgos y; se evidenció mejor desempeño para los procesos.

Tabla 8*Contexto organizacional*

Contexto organizacional	Cumplimiento (si/no)	Porcentaje
Si	5	29%
No	12	71%
Total	17	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 3*Contexto organizacional**Nota.* Elaboración propia

De la figura anterior se deduce que en el Hotel Imperial no se cumple con el contexto organizacional en términos generales. Esto incluye la comprensión insuficiente de las necesidades y expectativas de las partes interesadas, así como la falta de determinación clara del alcance del sistema de gestión de calidad; sin embargo, se observa un cumplimiento del 29% de los indicadores relacionados con el contexto organizacional.

5.1.2. Liderazgo

Tabla 9*Generalidades y enfoque al cliente*

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿Demuestra la dirección el liderazgo y compromiso respecto al sistema de gestión de la calidad?	No	
¿Asume la alta dirección la responsabilidad y obligación de rendir cuentas en relación a la eficacia del sistema de gestión de la calidad?	No	
¿Se asegura y promueva la dirección el cumplimiento de los requisitos del sistema de gestión?	No	
¿Mantiene la dirección un enfoque al cliente en el establecimiento y desempeño del sistema de gestión de la calidad?	Si	
Total		

Nota. Elaboración propia

En la tabla anterior se observa la percepción sobre las generalidades y el enfoque al cliente. Se infiere que, en general, en el Hotel Imperial no se evidencia un compromiso claro respecto al sistema de gestión de calidad. No se cumplen las responsabilidades por parte de la alta dirección para la rendición de cuentas, no se promueven activamente los aspectos del sistema mencionado, y solo se observa un intento por mantener el enfoque en el cliente.

Tabla 10

Establecimiento de la política de la calidad y comunicación

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿Mantiene la organización una política de la calidad apropiada al propósito y contexto de la organización?	No	
¿Incluye la política los compromisos de cumplimiento de requisitos y mejora continua?	No	
¿Existe una relación entre la política y los objetivos de la calidad?	Si	
¿La política se encuentra disponible para las partes interesadas?	Si	
¿La política es comunicada y entendida dentro de la organización?	Si	
Total		

Nota. Elaboración propia

En la tabla anterior se observa la percepción sobre el cumplimiento de la política de calidad y su comunicación en el Hotel Imperial. Se percibe que el hotel no mantiene una política de calidad adecuada, ya que no incluye compromisos para la mejora continua; sin embargo, se observa cumplimiento entre la política y los objetivos de calidad, así como un adecuado cumplimiento en la comunicación y comprensión de la misma.

Tabla 11*Roles, responsabilidades y autoridades en la organización*

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿Existe evidencia de la definición de responsabilidades y autoridades para cada uno de los roles de la organización?	Si	
¿Estas responsabilidades y autoridades han sido comunicadas y entendidas en toda la organización?	Si	
¿Ha asignado la alta dirección la responsabilidad para el aseguramiento del cumplimiento de los requisitos de la norma, el correcto funcionamiento de los procesos, etc.?	Si	

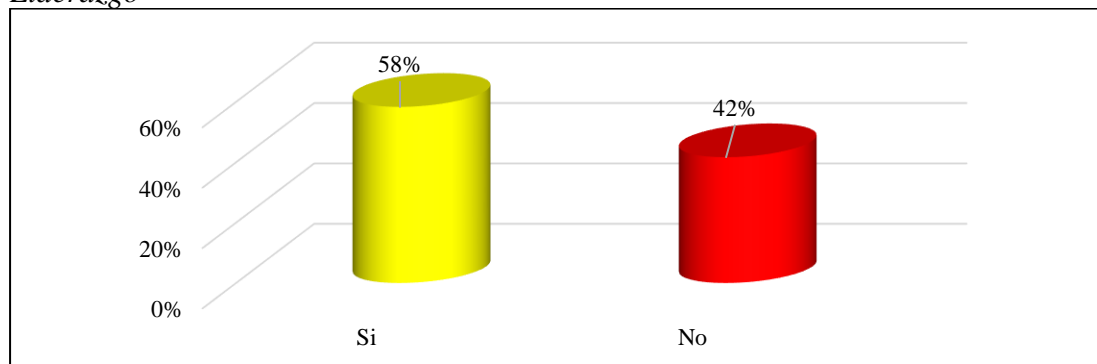
Total

Nota. Elaboración propia

En la tabla anterior se observa la percepción sobre los roles, responsabilidades y autoridades en la organización del Hotel Imperial. Se percibe que, en general, se evidencia la definición clara de responsabilidades, así como la comunicación y designación adecuada de estas responsabilidades para asegurar la efectiva realización de los requisitos establecidos.

Tabla 12*Liderazgo*

Liderazgo	Cumplimiento	
	(si/no)	Porcentaje
Si	7	58%
No	5	42%
Total	12	100%

Nota. Elaboración propia**Figura 4***Liderazgo**Nota.* Elaboración propia

De la figura anterior se deduce que en el Hotel Imperial existe un cumplimiento del liderazgo del 58%. Esto indica que se percibe una comunicación efectiva de la política de calidad de gestión y el establecimiento claro de roles y responsabilidades. Sin embargo, también se percibió un 42% de incumplimiento en los indicadores de liderazgo.

5.1.3. Planificación

Tabla 13

Acciones para abordar riesgos y oportunidades

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿Se han identificado los riesgos y oportunidades relacionados con el análisis de contexto, las necesidades y expectativas de las partes interesadas y los procesos?	Si	
¿Se han evaluado estos riesgos y oportunidades para determinar acciones proporcionales al impacto potencial?	Si	
¿Se han planificado acciones para abordar los riesgos y las oportunidades?	No	
Total		

Nota. Elaboración propia

En la tabla anterior se observa la percepción sobre las actividades destinadas a abordar adecuadamente las oportunidades y riesgos; se percibió que se identificaron tanto las oportunidades como los riesgos relacionados con el contexto; se evaluaron los riesgos identificados, pero no se planificaron las actividades necesarias para abordarlos.

Tabla 14
Objetivos de la calidad y planificación para lograrlos

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿Se han establecido objetivos coherentes con la política de la calidad?	No	
¿Los objetivos están relacionados con la conformidad del producto y con el aumento de la satisfacción del cliente?	Si	
¿Los objetivos son medibles y disponen de metodología de seguimiento?	No	
¿La planificación de los objetivos contempla las actividades, los recursos, los plazos y las responsabilidades para su realización?	Si	
¿Se han comunicado los objetivos en la organización en los niveles pertinentes?	Si	
Total		

Nota. Elaboración propia

En la tabla anterior se analiza la percepción sobre los objetivos de calidad y la planificación para alcanzarlos; se percibió que no se han establecido objetivos coherentes; aunque los objetivos están relacionados con la conformidad del producto, no se realiza una medición de los mismos; sin embargo, se observa que hay una planificación de objetivos que incluye actividades específicas, y se comunica adecuadamente los objetivos en los niveles correspondientes.

Tabla 15
Planificación de los cambios

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿Los cambios realizados en el sistema de gestión de calidad han sido planificados?	Si	
¿Los cambios a realizar tienen en cuenta las consecuencias potenciales y la integridad del sistema de gestión de la calidad?	Si	
¿Los cambios tienen en cuenta la necesidad de recursos y la asignación de responsabilidades?	Si	
Total		

Nota. Elaboración propia

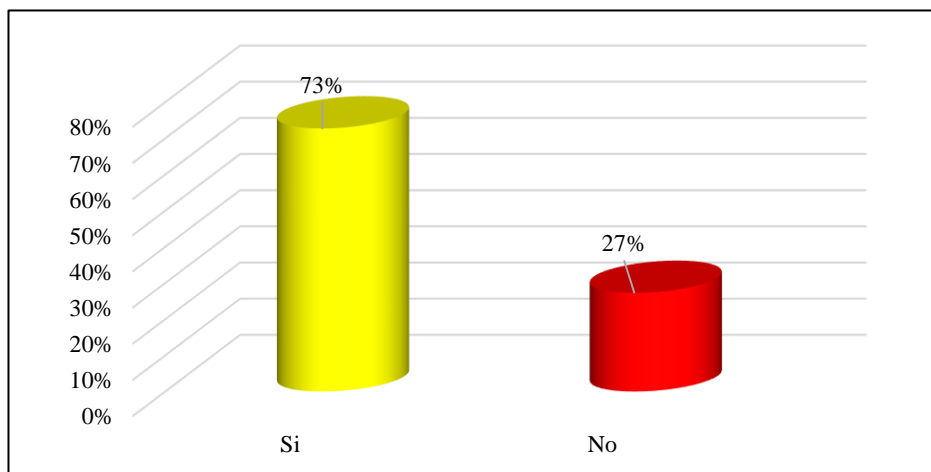
En la tabla anterior se observa la percepción sobre la planificación de los cambios en el Hotel Imperial; se percibió que, en general, el hotel realiza la planificación de los cambios para la gestión de calidad. Se consideran los efectos potenciales y el aspecto global del sistema al realizar estos cambios; además, se toma en cuenta la importancia de determinar responsabilidades durante este proceso.

Tabla 16
Planificación

Planificación	Cumplimiento (si/no)	Porcentaje
Si	8	73%
No	3	27%
Total	11	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 5
Planificación



Nota. Elaboración propia

De acuerdo con la figura anterior, se deduce que en el Hotel Imperial existe un cumplimiento del 73% en cuanto a la planificación. Esto indica que se percibe que el hotel realiza una adecuada planificación de los cambios y de los objetivos de calidad, asegurando así una gestión organizada y previsoras. Sin embargo, también se observó un 27% de indicadores de planificación que no cumplen con los estándares esperados. Esto sugiere áreas de mejora donde posiblemente

se requiera una revisión y ajuste de los procesos de planificación para optimizar la efectividad y la eficiencia en la implementación de cambios y metas de calidad..

5.1.4. Apoyo

Tabla 17

Recursos: generalidades y personal

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿La organización dispone de los recursos necesarios para el correcto desempeño de los procesos?	No	
¿La organización ha determinado y proporcionado las personas necesarias para la implementación eficaz del sistema de gestión de la calidad?	No	
Total		

Nota. Elaboración propia

En la tabla anterior se analiza la percepción sobre los recursos en el Hotel Imperial. Se percibió que, en general, el hotel no cuenta con los medios adecuados para asegurar el cumplimiento del desempeño; además, no ha establecido ni proporcionado el personal necesario para la ejecución efectiva del sistema de gestión. Esta situación se atribuye a la falta de organización en todas las áreas y a la insuficiente capacitación del personal.

Tabla 18

Recursos en infraestructura

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿Se han identificado las infraestructuras necesarias para la operación de los procesos?	Si	
¿Se está realizando un mantenimiento adecuado de las infraestructuras?	Si	
¿Se han definido las operaciones y responsabilidades relacionadas con el mantenimiento?	No	
Total		

Nota. Elaboración propia

En la tabla anterior se analiza la percepción sobre los recursos de infraestructura en el Hotel Imperial; se percibió que el hotel ha identificado la infraestructura necesaria para sus procesos y ha realizado el mantenimiento correspondiente; sin embargo, no se han precisado claramente las funciones y operaciones relacionadas con dicho mantenimiento.

Tabla 19

Ambiente para la operación de los procesos

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿La organización ha identificado el ambiente necesario para la operación de los procesos?	Si	
¿Se han planificado actividades adecuadas para la conservación del adecuado ambiente de trabajo?	Si	
¿Se encuentran planificadas las actividades, plazos y responsabilidades, para asegurar el adecuado ambiente para los procesos?	Si	
Total		

Nota. Elaboración propia

En la tabla anterior se analiza la percepción sobre los recursos ambientales para las operaciones en el Hotel Imperial; se percibió que, en general, el hotel ha precisado las áreas necesarias para sus procesos y ha planificado las funciones, tiempos y acciones para garantizar un ambiente idóneo.

Tabla 20*Recursos de seguimiento y medición*

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿Se han identificado los recursos de seguimiento y medición necesarios para la realización de las inspecciones y controles?	No	
¿Se han planificado operaciones para asegurar la fiabilidad de los recursos a emplear en las mediciones?	No	
¿Se conservan registros de las operaciones de verificación/calibraciones realizadas?	Si	
Si fuese necesario, ¿se mantiene la trazabilidad a patrones nacionales y/o internacionales?	No	
Total		

Nota. Elaboración propia

En la tabla anterior se analiza la percepción sobre los recursos de seguimiento y medición en el Hotel Imperial; se observó que el hotel no ha identificado adecuadamente los recursos necesarios para el seguimiento, ni ha planificado las operaciones para garantizar la fiabilidad de las mediciones; aunque conserva registros de las acciones para verificación, no asegura la trazabilidad conforme a las características nacionales establecidas.

Tabla 21*Conocimientos de la organización*

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿Ha determinado la organización los conocimientos necesarios para la operación de sus procesos y para lograr la conformidad de los productos y servicios?	Si	
¿Estos conocimientos son mantenidos y puestos a disposición del personal de la organización?	Si	
Total		

Nota. Elaboración propia

En la tabla anterior se analiza la percepción sobre los recursos en conocimientos de la organización en el Hotel Imperial; se percibió que el hotel ha establecido los aspectos técnicos

necesarios para las operaciones de sus procesos; además, estos conocimientos técnicos están disponibles y accesibles para el personal de la organización.

Tabla 22

Competencia

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿Se han determinado las competencias necesarias de las personas para realizar las tareas del sistema de gestión de la calidad?	Si	
¿Se han emprendido acciones para asegurar o mejorar la competencia del personal de la organización?	Si	
¿Existen evidencias documentadas de la competencia necesaria?	No	
Total		

Nota. Elaboración propia

En la tabla anterior se analiza la percepción sobre el indicador de competencia en el Hotel Imperial; se percibió que el hotel ha establecido las competencias necesarias para el personal; además, ha emprendido acciones para mejorar la competencia, aunque no existen evidencias documentadas que respalden estos esfuerzos.

Tabla 23

Toma de conciencia

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿Se han realizado acciones para asegurar que las personas tomen conciencia de la política de la calidad y los objetivos de calidad?	Si	
¿Se ha comunicado su contribución a la eficacia del sistema y los beneficios de una mejora del desempeño?	Si	
¿Se han realizado acciones para que las personas tomen conciencia de las consecuencias de incumplir los requisitos del sistema de gestión de calidad?	Si	
Total		

Nota. Elaboración propia

En la tabla anterior se analiza la percepción sobre el indicador de toma de conciencia en el Hotel Imperial; se percibió que el hotel ha tomado acciones para que el personal tome conciencia de la política de calidad; además, se ha comunicado claramente los beneficios de la eficacia del sistema a todo el personal. También se han comunicado las consecuencias por el incumplimiento de los requisitos establecidos.

Tabla 24
Comunicación

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿Se han determinado las comunicaciones internas y externas pertinentes al sistema de gestión de la calidad?	Si	
¿Se encuentra definido qué, cuándo, a quién, cómo y quién realiza cada comunicación?	Si	
Total		

Nota. Elaboración propia

En la tabla anterior se evalúa la percepción sobre el indicador de comunicación en el Hotel Imperial. Se observa que el hotel ha establecido eficazmente tanto las comunicaciones internas como las externas relacionadas con el sistema; esto incluye asegurar que la información relevante se transmita adecuadamente dentro de la organización y hacia partes externas, garantizando así una gestión efectiva de la calidad y una respuesta adecuada a las necesidades de todas las partes involucradas; además, se ha definido claramente quién es responsable de la comunicación, lo cual es crucial para mantener la coherencia y la eficiencia en la difusión de información crítica..

Tabla 25
Información documentada

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿Se ha identificado la documentación requerida por la norma y el propio sistema de gestión?	Si	
¿La identificación y descripción de los documentos es apropiada?	Si	
¿Se encuentra definido el formato y soporte de cada documento?	No	
¿Existe una metodología de revisión y aprobación adecuada?	No	
¿La documentación está disponible en los puntos de uso para su consulta?	No	
Total		

Nota. Elaboración propia

En la tabla anterior se analiza la percepción sobre el indicador de información documentada en el Hotel Imperial. Se observa que el hotel ha identificado adecuadamente la documentación requerida y describe correctamente los documentos necesarios; sin embargo, no se precisa el formato o modelo para cada tipo de documento, lo que podría dificultar la consistencia y comprensión de la información; además, no se ha establecido una metodología adecuada para la revisión de la documentación, lo que podría afectar la actualización y pertinencia de los documentos. Finalmente, la disponibilidad de la documentación en los puntos de uso no está garantizada, lo cual es fundamental para asegurar que el personal tenga acceso fácil y oportuno a la información necesaria para sus actividades.

Tabla 26
Información documentada continuación

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿La documentación está protegida adecuadamente contra pérdida o uso inadecuado?	Si	
¿Se han definido metodologías para la distribución, acceso, recuperación y uso de los documentos?	No	
¿Se contemplan actividades para el almacenamiento y preservación de los documentos (copias de seguridad)?	Si	
¿Existe un control de cambios en los documentos del sistema?	Si	
¿Se ha identificado la documentación de origen externo necesaria para el desempeño de los procesos?	No	
Total		

Nota. Elaboración propia

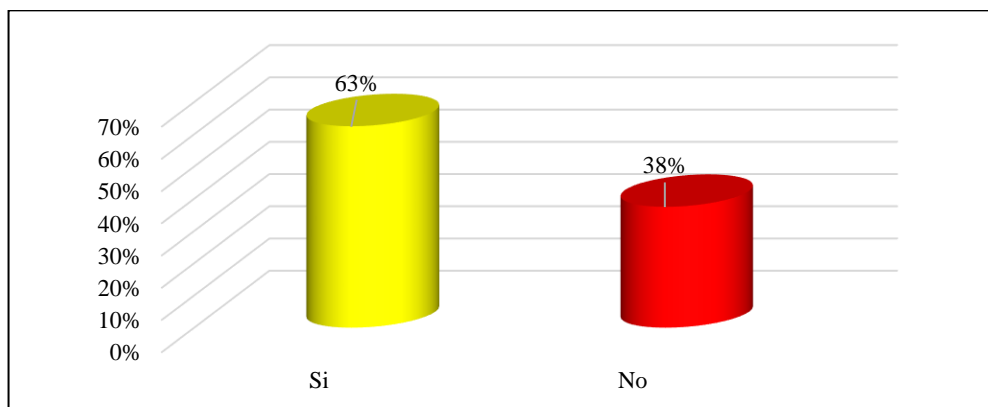
En la tabla anterior se evalúa la percepción sobre el indicador de información documentada en el Hotel Imperial. Se observa que la documentación está protegida contra pérdidas y se han contemplado actividades para su almacenamiento seguro; además, existe un control de cambios implementado; sin embargo, no se ha establecido una metodología adecuada para asegurar la recuperación y distribución eficientes de la documentación cuando sea necesaria; además, no se han identificado claramente las documentaciones de origen externo, lo cual es importante para gestionar adecuadamente las fuentes y versiones de la información proveniente de fuera de la organización.

Tabla 27
Apoyo

Apoyo	Cumplimiento	
	(si/no)	Porcentaje
Si	20	73%
No	12	27%
Total	32	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 6
Apoyo



Nota. Elaboración propia

De acuerdo con la figura anterior, se deduce que en el Hotel Imperial existe un cumplimiento del 63% en el área de apoyo. Esto sugiere que se percibe que hay una adecuada comunicación y toma de conciencia en la organización respecto a los temas evaluados. Sin embargo, se observa un incumplimiento del 38% en los indicadores correspondientes, señalando áreas donde es necesario mejorar para optimizar la efectividad de las prácticas de apoyo dentro del hotel.

5.1.5. Operación

Tabla 28

Planificación y control operacional

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿Se han identificado los procesos necesarios para cumplir los requisitos de los clientes?	Si	
¿Se han establecido criterios para la operación de los procesos?	No	
¿Se controlan los procesos contratados externamente?	No	
Total		

Nota. Elaboración propia

En la tabla anterior se analiza la percepción sobre los controles operacionales y la planificación en el Hotel Imperial. Se percibió que se han identificado procesos para cumplir con

los requisitos mínimos establecidos; sin embargo, no se han establecido aspectos específicos para las operaciones dentro de dichos procesos, lo que podría afectar la consistencia y eficiencia en la ejecución de las actividades; además, no se realiza el monitoreo de los procesos contratados, lo que podría limitar la capacidad del hotel para asegurar la calidad y el cumplimiento de las expectativas de los clientes en todas las etapas del servicio.

Tabla 29

Requisitos para los productos y servicios

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿Se han determinado cuáles son las comunicaciones necesarias con los clientes?	Si	
¿Se determinan los requisitos de los clientes y adicionales de los productos y servicios a ofrecer?	Si	
¿Se revisa la definición de requisitos y la posibilidad de cumplimiento de las condiciones por la organización?	Si	
¿Se han tenido en cuenta los requisitos legales asociados a los productos y servicios?	Si	
¿Se conserva toda la información documentada sobre las comunicaciones, requisitos y revisiones con los clientes (presupuestos, contratos, etc.)?	No	
¿Existe una metodología para realizar cambios, su revisión y comunicación de las modificaciones?	No	
Total		

Nota. Elaboración propia

Se percibió que se han determinado los requisitos relevantes para los huéspedes y se han establecido los requisitos correspondientes; además, se revisa la definición de estos requisitos y se tienen en cuenta los requisitos legales pertinentes; sin embargo, no se conserva la información documentada de manera adecuada, y tampoco existe una documentación estructurada y completa que respalde estos procesos, lo cual podría afectar la trazabilidad y la gestión eficiente de los requisitos establecidos.

Tabla 30*Diseño y desarrollo de los productos y servicios*

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿Existe una planificación del diseño y desarrollo?	No	
¿Existe una metodología definida para la identificación de entradas para el diseño?	No	
¿Existen controles establecidos para cada una de las etapas del diseño?	No	
¿Existe una metodología para validar las salidas del diseño y desarrollo?	No	
¿Existe una metodología para el control de cambios en el diseño y desarrollo?	No	
Total		

Nota. Elaboración propia

Se percibe que, no existe un adecuado desarrollo y diseño de los bienes debido a la falta de una planificación clara, metodologías definidas y controles establecidos para cada etapa del proceso; además, no se implementan metodologías robustas de control y validación durante el diseño y desarrollo, lo cual podría afectar la calidad y la eficacia de los productos y servicios ofrecidos por el hotel.

Tabla 31*Control de los procesos, productos y servicios suministrados externamente*

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)
¿Existe una metodología para el control de los productos y servicios de proveedores externos?	Si
¿Existen criterios para la evaluación, selección, seguimiento del desempeño y la reevaluación de los proveedores externos?	Si
¿Se comunica a los proveedores externos los requisitos de los procesos, productos y servicios a proporcionar?	Si
¿Se comunica a los proveedores externos los controles a realizar para la liberación de sus productos y/o las competencias de las personas?	Si
¿Se comunica al proveedor externo el control y el seguimiento del desempeño al que es sometido por la organización?	Si
Total	

Nota. Elaboración propia

Se muestra que un adecuado control de los procesos; esto se debe a la existencia de una metodología establecida para el control, la definición clara de criterios para la evaluación, la comunicación efectiva de los requisitos a los proveedores para cada proceso y los controles correspondientes que deben realizar; además, se realiza un seguimiento activo del desempeño para asegurar la conformidad y la mejora continua en la prestación de servicios y productos.

Tabla 32

Producción y provisión del servicio

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿Están la producción y provisión del servicio bajo condiciones controladas?	Si	
¿Se dispone de la información documentada y recursos necesarios para la operación?	Si	
¿Existen etapas de implementación de actividades de seguimiento y medición, especialmente previas a la liberación y a la entrega?	No	
¿Se aplican métodos adecuados para la identificación y trazabilidad de las salidas para asegurar la conformidad de los productos?	No	
Total		

Nota. Elaboración propia

En la tabla anterior se analiza la percepción sobre el indicador de provisión y producción en el Hotel Imperial. Se percibe que se mantiene un control adecuado sobre la provisión del servicio y el proceso de producción; además, se dispone de información relevante para las operaciones. Sin embargo, se observa una carencia en las fases para la ejecución de acciones de seguimiento, lo cual podría afectar la capacidad de detectar y corregir posibles desviaciones o mejoras necesarias; asimismo, falta la aplicación de estrategias adecuadas para el reconocimiento de salidas, lo que podría incidir en la calidad y eficiencia de los productos y servicios entregados.

Tabla 33*Requisitos de seguimiento establecidos*

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿Existen requisitos de trazabilidad que se desarrollan de acuerdo a los requisitos?	No	
¿Se cuida, identifica y protege la propiedad perteneciente a clientes y proveedores externos?	Si	
¿Las condiciones de preservación de los productos son las adecuadas?	Si	
¿Se cumplen con las actividades posteriores a la entrega cuando existan y sea un requisito?	Si	
¿En caso de cambios los mismos son justificados por información documentada?	Si	
Total		

Nota. Elaboración propia

En la tabla anterior se evalúa la percepción sobre el indicador de producción y provisión de servicios en el Hotel Imperial. Se observa que no existen requisitos de trazabilidad establecidos. No obstante, se protegen adecuadamente los bienes de los huéspedes, se disponen de ambientes adecuados para la conservación de los productos y se justifican las modificaciones de las acciones posteriores a la entrega.

Tabla 34*Liberación de los productos y servicios*

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿Se han establecido los controles oportunos para la liberación del producto?	Si	
¿Se han determinado las responsabilidades para la liberación de los productos?	Si	
¿Existe información documentada que evidencie la liberación y que permita la trazabilidad de la misma?	Si	
Total		

Nota. Elaboración propia

En la tabla anterior se analiza la percepción sobre el indicador de liberación de servicios y productos en el Hotel Imperial. Se percibe que, en general, se han establecido controles oportunos para la liberación de servicios y productos; además, se han determinado claramente los responsables de este proceso y se dispone de la documentación necesaria y adecuada para respaldar las actividades relacionadas con la liberación.

Tabla 35*Control de las salidas no conformes*

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿Las salidas no conformes son identificadas para prevenir su uso o entrega no intencionada?	Si	
¿Se emprenden las acciones oportunas sobre el producto no conforme: corrección, separación, información al cliente, etc?	Si	
¿Se mantiene la información documentada de cada salida no conforme?	Si	
Total		

Nota. Elaboración propia

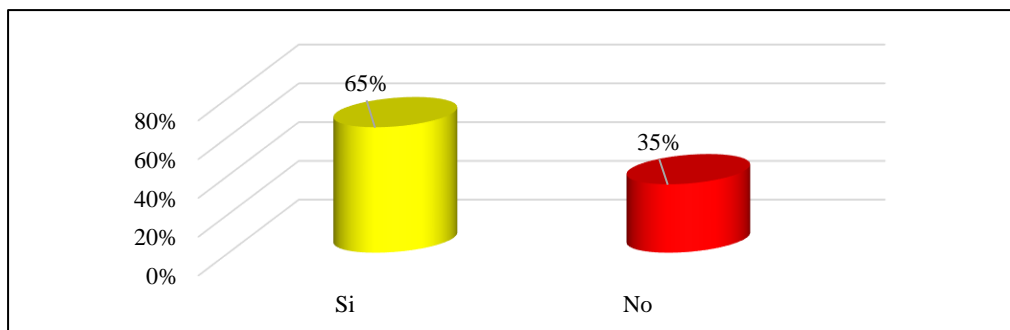
En la tabla anterior se analiza la percepción sobre el indicador de control de salidas no conformes en el Hotel Imperial. Se percibe que, en general, se identifican todas las salidas que no cumplen con los estándares establecidos, con el objetivo de reducir su uso; además, se toman acciones rápidas sobre estos productos para corregir las no conformidades; finalmente, se registra de manera documentada la información relacionada con cada salida no conforme, lo cual es crucial para mantener la trazabilidad y mejorar continuamente los procesos de control de calidad.

Tabla 36*Operación*

Operación	Cumplimiento	
	(si/no)	Porcentaje
Si	22	65%
No	12	35%
Total	32	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 7
Operación



Nota. Elaboración propia

En el Hotel Imperial existe un cumplimiento del 65% en la operación. Esto indica que se percibe un adecuado cumplimiento en áreas clave como el control de salidas no conformes, la liberación de productos y servicios, y la producción y provisión del servicio. Estas áreas están bien gestionadas, con controles establecidos, responsabilidades claras y documentación adecuada que respalda las actividades operacionales; sin embargo, hay un 35% de los indicadores restantes que no cumplen con los estándares esperados; mostrando áreas donde se necesitan mejoras adicionales para lograr una operación eficiente y alineada con los objetivos de calidad del hotel.

5.1.6. Evaluación del desempeño

Tabla 37
Seguimiento, medición, análisis y evaluación

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿La organización evalúa el desempeño y la eficacia del sistema de gestión de la calidad?	No	
¿Existe una metodología definida para realizar el seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en el que se cumplen sus necesidades y expectativas?	No	
¿Los resultados de esta retroalimentación de la percepción del cliente permiten evidenciar la mejora en la satisfacción del cliente?	Si	
¿Los clientes analizados son suficientemente representativos para conocer la satisfacción general de los clientes?	Si	
Total		

Nota. Elaboración propia

La tabla muestra que no hay una adecuada evaluación del desempeño, lo que genera una menor eficacia en la gestión; además, se carece de metodologías robustas para monitorear las percepciones de los huéspedes; sin embargo, los resultados obtenidos permiten implementar mejoras que incrementan la satisfacción del cliente y se cuenta con una base de clientes representativos que proporciona una visión precisa sobre el nivel de satisfacción de los huéspedes.

Tabla 38

Disposición de datos sobre indicadores de medición de desempeño

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿La organización dispone de unos datos de indicadores que permiten el análisis y evaluación del desempeño de los procesos?	No	
¿Está definida la metodología de seguimiento, responsabilidades y plazos, de los indicadores?	No	
¿Los indicadores son adecuados para analizar las mejoras y los cambios en el sistema de gestión de la calidad?	No	
¿Existen valores de referencia para los indicadores establecidos?	Si	
Total		

Nota. Elaboración propia

Se percibe que el hotel no dispone de datos sobre indicadores de medición de desempeño ni tiene definida una metodología para evaluar el desempeño; además, los indicadores existentes no están alineados adecuadamente para permitir un análisis efectivo de las mejoras necesarias en la gestión ni para orientar las modificaciones requeridas en los procesos. Solamente se cuenta con medidas de referencia, lo que limita la capacidad del hotel para realizar un seguimiento y análisis completo y proactivo de su desempeño.

Tabla 39
Auditoría interna

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿Las auditorías internas se realizan de forma planificada?	Si	
¿Se garantiza la competencia e independencia de los auditores internos?	No	
¿El alcance de la auditoría y los métodos son apropiados para evaluar la eficacia del sistema de gestión de la calidad?	No	
¿La dirección pertinente es informada de los resultados de auditoría?	No	
¿Se emprenden acciones para solventar los incumplimientos detectados en las auditorías internas?	No	
Total		

Nota. Elaboración propia

Se percibe que, no hay una adecuada auditoría interna; esto se debe a que no se puede garantizar la competencia e independencia de los auditores, los métodos y el alcance de las auditorías no son adecuados, los resultados de las auditorías no se comunican de manera efectiva y no se toman medidas correctivas basadas en los hallazgos. Estas deficiencias limitan la capacidad del hotel para identificar y resolver problemas internos, lo cual es crucial para mantener y mejorar la calidad de sus servicios.

Tabla 40
Revisión por la dirección

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿Se han incluido todas las entradas de la revisión presentes en la norma de referencia?	No	
¿Se han tratado todas las salidas necesarias requeridas por la norma de referencia?	No	
¿Existe una metodología definida y una planificación para la realización de las revisiones por la dirección?	No	
¿Se está empleando la revisión por la dirección como una herramienta de mejora del sistema de gestión de la calidad?	Si	
Total		

Nota. Elaboración propia

No hay una adecuada revisión por parte de la dirección; esto se debe a que no se incluyen todas las entradas necesarias para una revisión completa, no se tratan todas las salidas adecuadamente y no existe una metodología robusta para asegurar que las revisiones se realicen de manera efectiva; estas deficiencias limitan la capacidad del hotel para realizar un seguimiento y evaluación completos de su desempeño y para implementar mejoras basadas en los hallazgos de la revisión.

Tabla 41

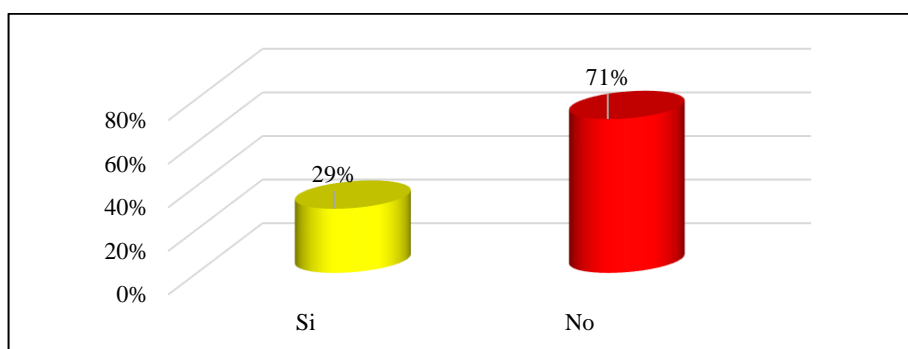
Evaluación del desempeño

Evaluación del desempeño	del Cumplimiento (si/no)	Porcentaje
Si	5	29%
No	12	71%
Total	17	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 8

Evaluación del desempeño



Nota. Elaboración propia

De la figura anterior se infiere que en el Hotel Imperial no hay un cumplimiento adecuado de la evaluación del desempeño; pues no se cumplen los requisitos de revisión por parte de la dirección, no se realiza una auditoría interna adecuada y no se efectúa un seguimiento y medición eficaces; estas deficiencias indican que el hotel carece de una estructura sólida para garantizar la

calidad y la mejora continua de sus servicios. Solo se percibe un cumplimiento del 29% de los indicadores, lo que resalta la necesidad de implementar mejoras significativas en estos aspectos críticos de la gestión de calidad para asegurar un rendimiento óptimo y satisfacer las expectativas de los clientes.

5.1.7. Mejora

Tabla 42
Generalidades

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿La organización planifica acciones para la mejora de la satisfacción del cliente y del desempeño del sistema de gestión de la calidad?	Si	
¿Se contemplan para la mejora las necesidades y expectativas de las partes interesadas?	Si	
¿Se contemplan los riesgos y oportunidades para emprender acciones para la mejora?	Si	
Total		

Nota. Elaboración propia

Se percibe que, en general, el hotel sí planifica acciones para mejorar la satisfacción del cliente, contempla las expectativas de los clientes y considera los riesgos y oportunidades. Esto indica un enfoque proactivo hacia la mejora continua y una disposición a adaptarse y responder a las necesidades y expectativas de los huéspedes.

Tabla 43
No conformidad y acción correctiva

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿Existe una metodología para el tratamiento de las no conformidades y las quejas?	Si	
¿Se está realizando análisis de las causas de las no conformidades para emprender acciones correctivas?	Si	
¿Existe análisis de la repetitividad de las no conformidades para emprender acciones correctivas?	No	
¿La documentación de las no conformidades y acciones correctivas es adecuada para conocer las causas, responsabilidades, resultados y análisis de la eficacia?	Si	
Total		

Nota. Elaboración propia

En general, el hotel cuenta con una metodología para el tratamiento de las no conformidades, realiza análisis de las causas y documenta adecuadamente las no conformidades; esto indica que el hotel tiene estructuras y procesos establecidos para identificar, abordar y corregir situaciones que no cumplen con los requisitos establecidos, lo cual es fundamental para mantener y mejorar la calidad de sus servicios.

Tabla 44
Mejora continua

Cuestiones	Cumplimiento (si/no)	Observaciones
¿La organización dispone de las herramientas adecuadas para favorecer la mejora continua (objetivos, acciones, salidas de la revisión, etc.)?	Si	
¿Existen evidencias de estas mejoras planificadas por la organización?	No	
¿Las mejoras a emprender tienen en cuenta las necesidades y expectativas de las partes interesadas, el análisis de contexto y los riesgos y oportunidades?	Si	
Total		

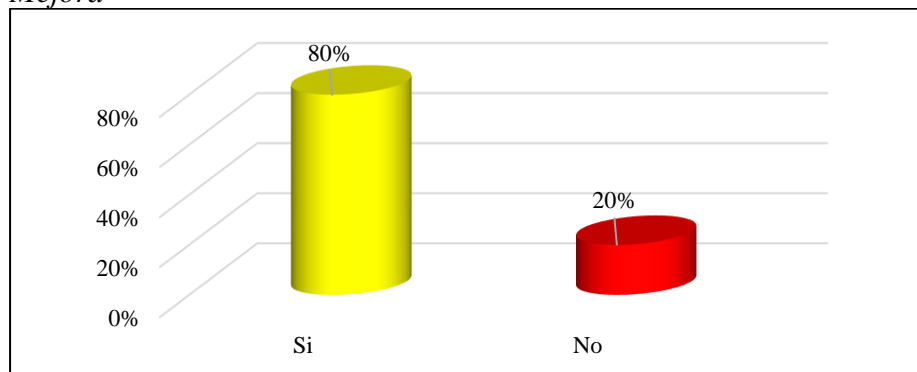
Nota. Elaboración propia

Se percibe que, el hotel cuenta con adecuadas herramientas para la mejora continua y considera las expectativas de las partes involucradas; esto indica un compromiso con la evolución constante de sus procesos y servicios, así como una atención hacia las necesidades y expectativas de los huéspedes y otras partes interesadas.

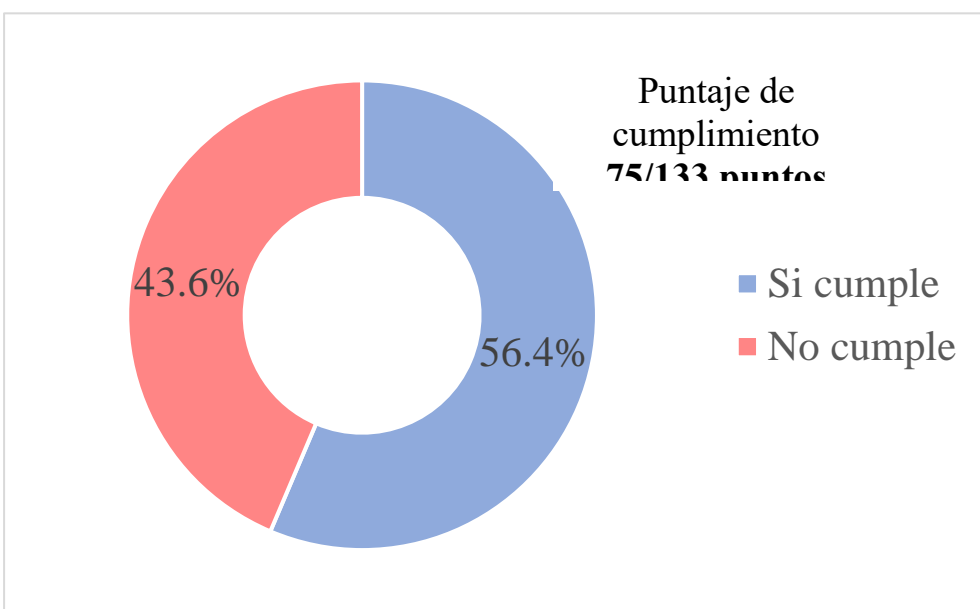
Tabla 45
Mejora

Mejora	Cumplimiento (si/no)	Porcentaje
Si	8	80%
No	2	20%
Total	10	100%

Nota. Elaboración propia

Figura 9*Mejora**Nota.* Elaboración propia

De acuerdo con la figura anterior, se puede inferir que en el Hotel Imperial existe un cumplimiento notable en la mejora continua, evidenciado en un 80% de los indicadores evaluados; mostrando que el hotel está dedicado activamente a implementar mejoras en sus procesos y servicios para optimizar la experiencia del cliente y la eficiencia operativa; sin embargo, el 20% restante de los indicadores indica áreas donde podría haber oportunidades para fortalecer aún más sus prácticas de mejora continua.

Figura 10*Puntaje global de la evaluación de calidad según el ISO 9901**Nota.* Elaboración propia

La evaluación basada en la norma ISO 9001 del Hotel Imperial de la ciudad de Abancay muestra que el 56.4% de los aspectos evaluados cumplen con los estándares establecidos, mientras que un 43.6% no los cumple, teniendo un puntaje de cumplimiento de 73 puntos; indicando que, aunque el hotel ha logrado cumplir con más de la mitad de los requisitos de calidad, aún existen áreas que requieren mejoras para alcanzar la excelencia en todos los procesos y asegurar la satisfacción continua de los clientes.

Basado en todo lo mencionado anteriormente, las principales deficiencias respecto a la “gestión de calidad basada en ISO 9001” en el Hotel Imperial incluyen:

- **Falta de Documentación y Metodologías Claras:** Existe una carencia en la documentación detallada requerida por la norma ISO 9001, especialmente en términos de metodologías claras para la planificación, ejecución y control de procesos y servicios.
- **Ausencia de Seguimiento y Medición Estructurado:** No se observa una adecuada implementación de sistemas para el seguimiento y la medición del desempeño, lo cual es esencial para evaluar la eficacia del sistema de gestión de calidad y realizar mejoras continuas.
- **Problemas en la Revisión y Auditoría Interna:** Existen deficiencias significativas en la realización de revisiones por parte de la dirección y auditorías internas. Esto incluye la falta de inclusión completa de todas las entradas y la insuficiente toma de acciones correctivas basadas en los resultados de estas auditorías.
- **Gestión de No Conformidades y Acciones Correctivas:** Aunque hay una metodología para tratar las no conformidades y realizar análisis de causa raíz, la documentación y el seguimiento adecuados de estas acciones no siempre están garantizados.

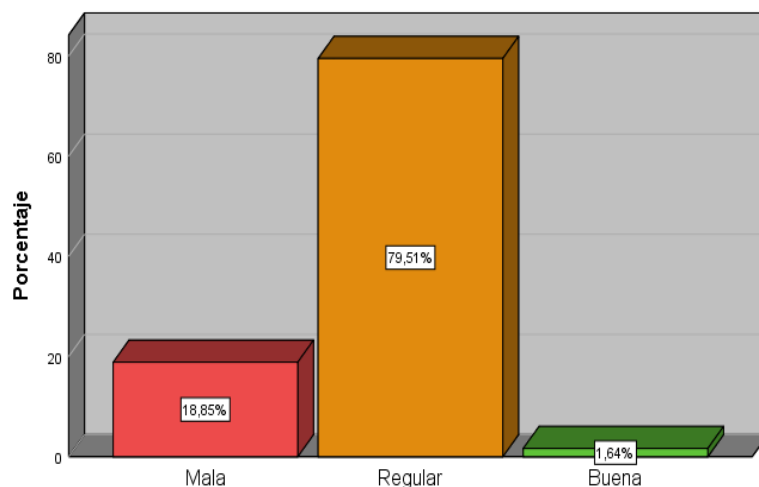
- **Comunicación y Concienciación:** Aunque se observa una comunicación adecuada en algunos aspectos, como la política de calidad, no se han establecido métodos claros para asegurar la concienciación y formación continua del personal en relación con los requisitos de calidad y las responsabilidades.

Estas deficiencias indican áreas críticas donde el Hotel Imperial puede mejorar para alinearse más efectivamente con los estándares y principios de la norma ISO 9001, lo que potencialmente podría mejorar la satisfacción del cliente, la eficiencia operativa y la competitividad general.

5.2. Resultados de la variable Gestión de calidad basada en ISO 9001

Figura 11

Resultados de la variable gestión de calidad basada en ISO 9001



Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis

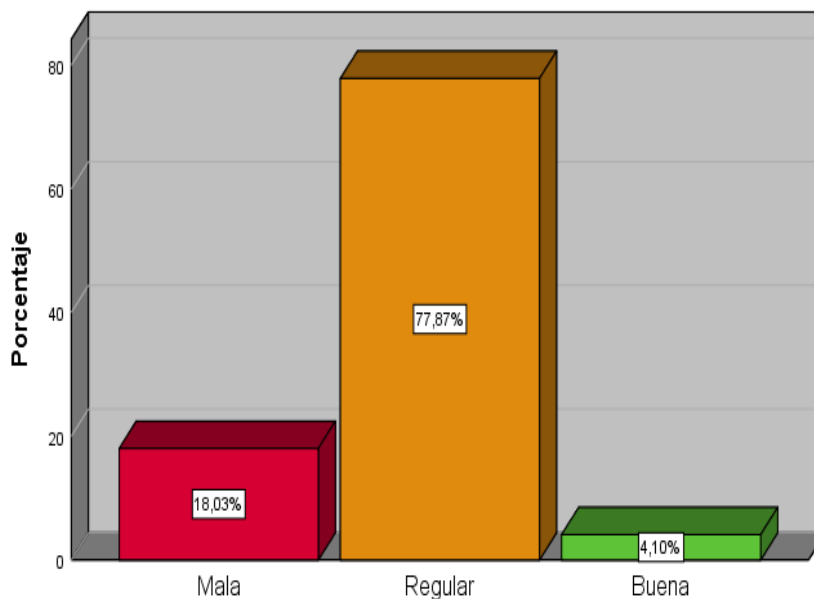
En la figura anterior se muestra que el 18.85% de los huéspedes encuestados reportaron que la gestión de la calidad basada en ISO 9001 se encontró en la categoría mala; el 79.51% indicó que era regular; mientras que el 1.64% la consideró buena. A partir de los resultados obtenidos, se

pudo percibir que la gestión de la calidad es regular debido a que el contexto organizacional no es adecuado, por la carencia de criterios para la gestión de procedimientos. La eficiencia operativa se cumple moderadamente debido a la falta de seguimiento y medición de los servicios; la evaluación del desempeño es reducida por la falta de mecanismos de control; y en la planificación se cumple regularmente debido a la poca identificación de necesidades de cambio e implementación de la mejora continua.

5.2.1. Resultados de la dimensión contexto organizacional

Figura 12

Resultados de la dimensión contexto organizacional



Nota. Elaboración propia

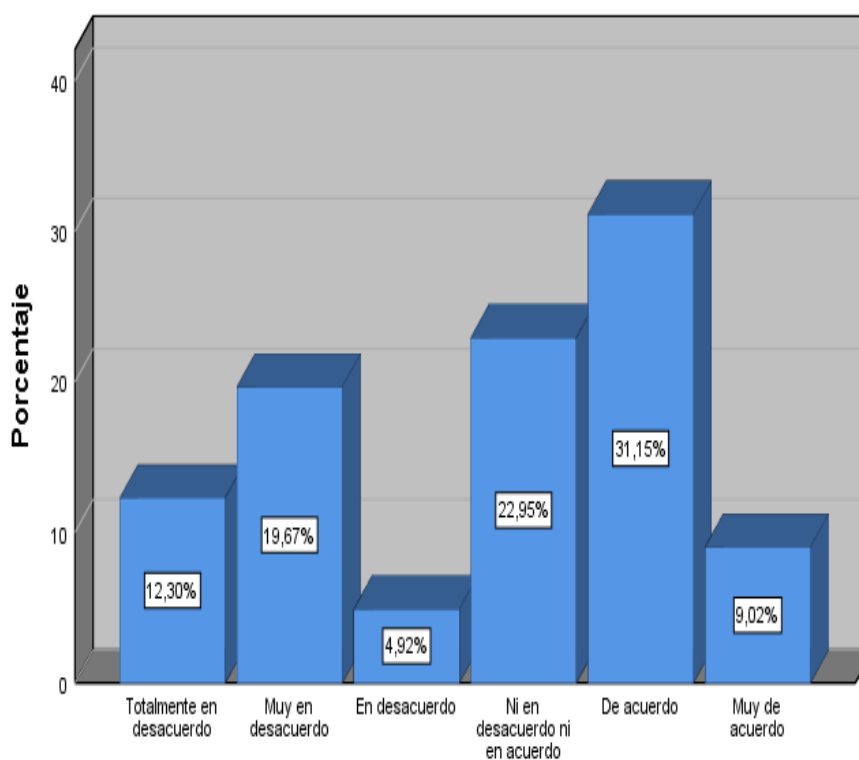
Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 18.03% de los encuestados reportaron que la dimensión del contexto organizacional se encontró en la categoría mala; el 77.87% indicó que la dimensión del contexto organizacional es regular; mientras que el 4.10% reportó que el contexto

organizacional es bueno; a partir de los resultados obtenidos, se pudo percibir que el contexto organizacional es regular debido a que el hotel Imperial comunica moderadamente el funcionamiento de la organización, considera permanentemente las necesidades y expectativas de los huéspedes, y su compromiso con la mejora continua no es suficiente para mejorar los servicios.

5.2.1.1. Resultados de los indicadores de contexto organizacional

Figura 13
Comprensión de la organización



Nota. Elaboración propia

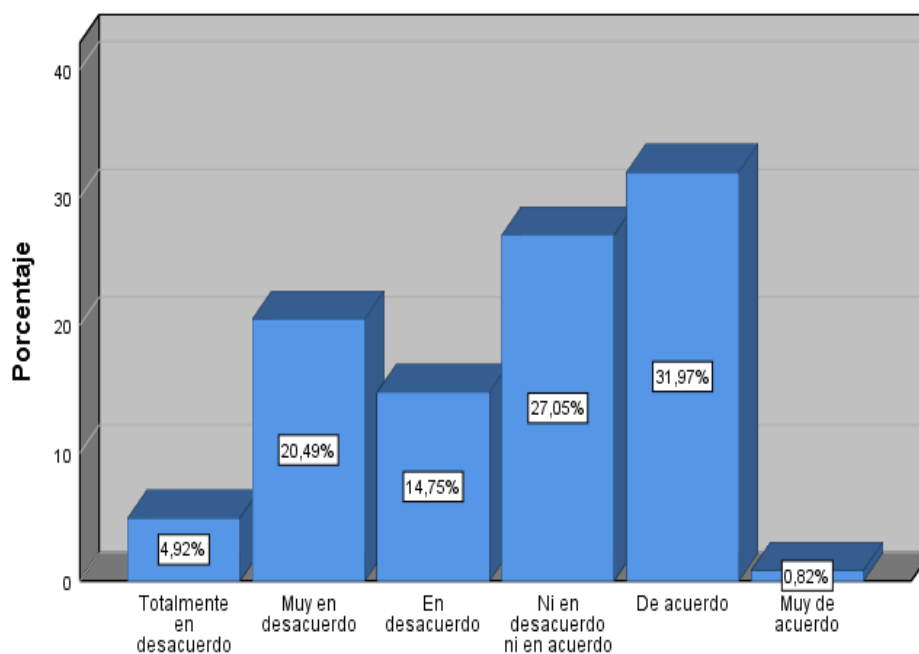
Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 31.15% de los encuestados mencionaron estar de acuerdo en que el hotel Imperial comunica de manera sencilla cómo funciona la organización; el 22.95% reportó estar ni en desacuerdo ni en acuerdo; y el 4.92% mencionó estar en desacuerdo.

Estos resultados indican que los huéspedes entienden regularmente cómo funciona la organización, lo cual no es suficiente para una comprensión integral del funcionamiento del hotel y no favorece la satisfacción de los huéspedes.

Figura 14

Gestión de procedimientos



Nota. Elaboración propia

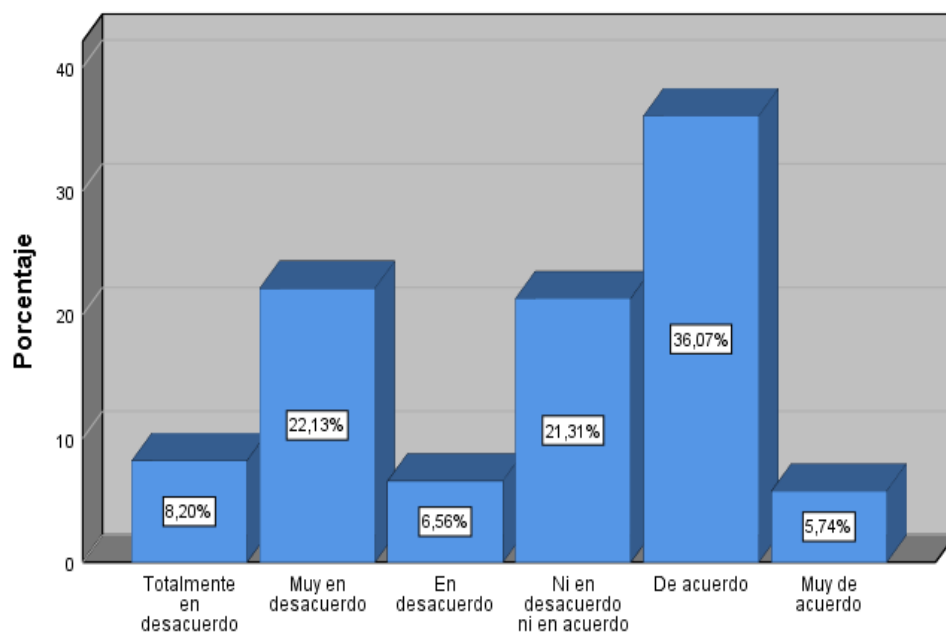
Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 31.97% de los encuestados mencionaron estar de acuerdo en que el hotel Imperial establece criterios claros para la gestión de los procedimientos; el 27.05% reportó estar ni en desacuerdo ni en acuerdo; el 20.49% mencionó estar muy en desacuerdo; y el 0.82% indicó estar muy de acuerdo. Estos resultados indican que los huéspedes entienden regularmente la gestión de procesos del hotel Imperial debido a que los criterios para su

gestión no están claramente establecidos; además, la dirección comunica los procedimientos de manera ocasional.

Figura 15

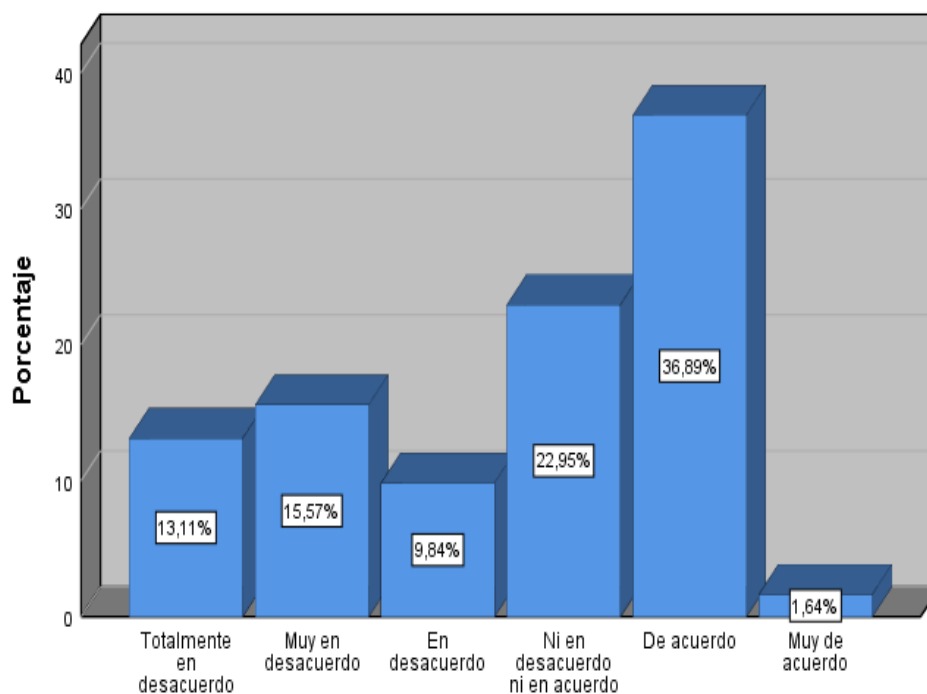
Comprensión de necesidades y expectativas de las partes interesadas



Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 36.07% de los encuestados mencionaron estar de acuerdo en que el hotel Imperial considera las necesidades y expectativas de los huéspedes; el 22.31% reportó estar ni en desacuerdo ni en acuerdo; el 22.13% mencionó estar muy en desacuerdo; y el 5.74% indicó estar muy de acuerdo. Estos resultados indican que menos del 50% de los huéspedes perciben que hay una comprensión de sus necesidades y expectativas, lo que implica que estas percepciones no se están considerando adecuadamente en la gestión de la calidad, resultando en una baja comodidad de los huéspedes durante el servicio de alojamiento.

Figura 16*Mejora continua*

Nota. Elaboración propia

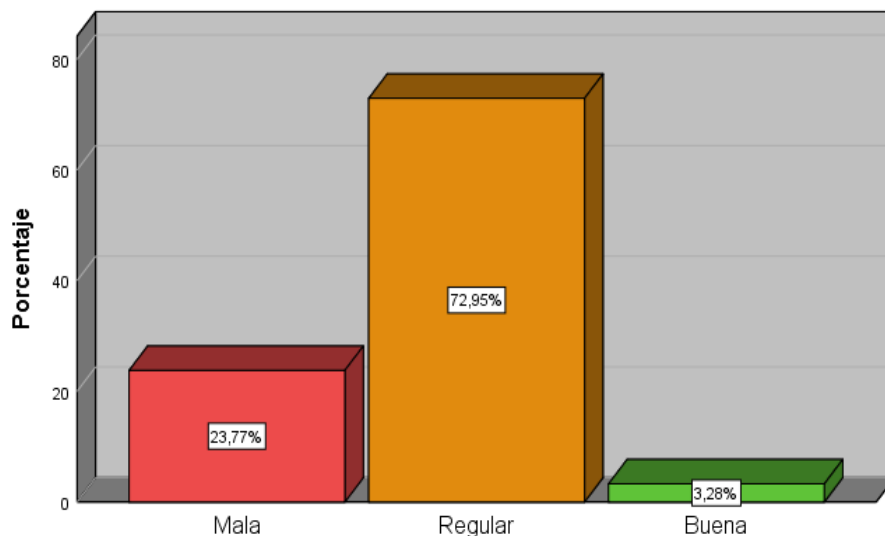
Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 36.89% de los encuestados mencionaron estar de acuerdo en que el hotel Imperial está comprometido con la mejora continua de sus servicios y facilidades para los clientes; el 22.95% reportó estar ni en desacuerdo ni en acuerdo; el 15.57% mencionó estar muy en desacuerdo; y el 1.64% indicó estar muy de acuerdo. Estos resultados indican que menos del 50% de los huéspedes perciben que en el hotel Imperial no se promueve adecuadamente la mejora continua debido al poco compromiso del personal en los servicios que ofrece el hotel; además, la dirección no establece cambios novedosos para mejorar la estancia de sus huéspedes.

5.2.2. Resultados de la dimensión eficiencia operativa

Figura 17

Eficiencia operativa



Nota. Elaboración propia

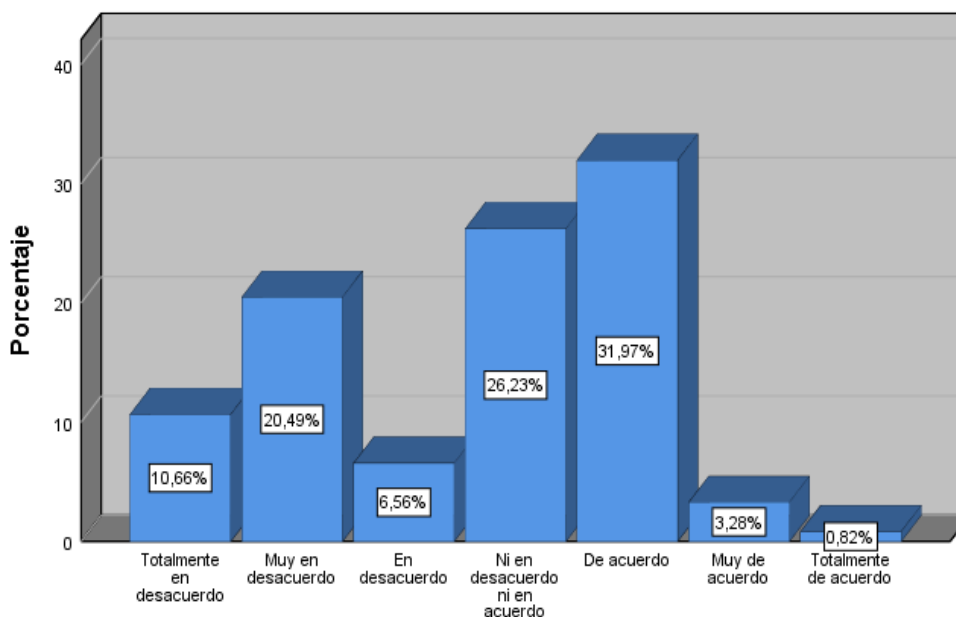
Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 23.77% de los encuestados reportaron que la dimensión de eficiencia operativa se encontró en la categoría mala; el 72.95% indicó que la dimensión de eficiencia operativa es regular; mientras que el 3.28% reportó que la eficiencia operativa es buena. A partir de los resultados obtenidos, se pudo percibir que la eficiencia operativa es regular debido a que el hotel Imperial dispone de manera moderada de los recursos humanos; la infraestructura no proporciona de manera adecuada una estancia cómoda; el hotel comunica moderadamente información sobre los productos y servicios; hay poco seguimiento de los servicios para mejorar la experiencia; y el personal no posee de manera idónea las competencias necesarias para brindar los servicios del establecimiento.

5.2.2.1.Resultados de los indicadores de eficiencia operativa

Figura 18

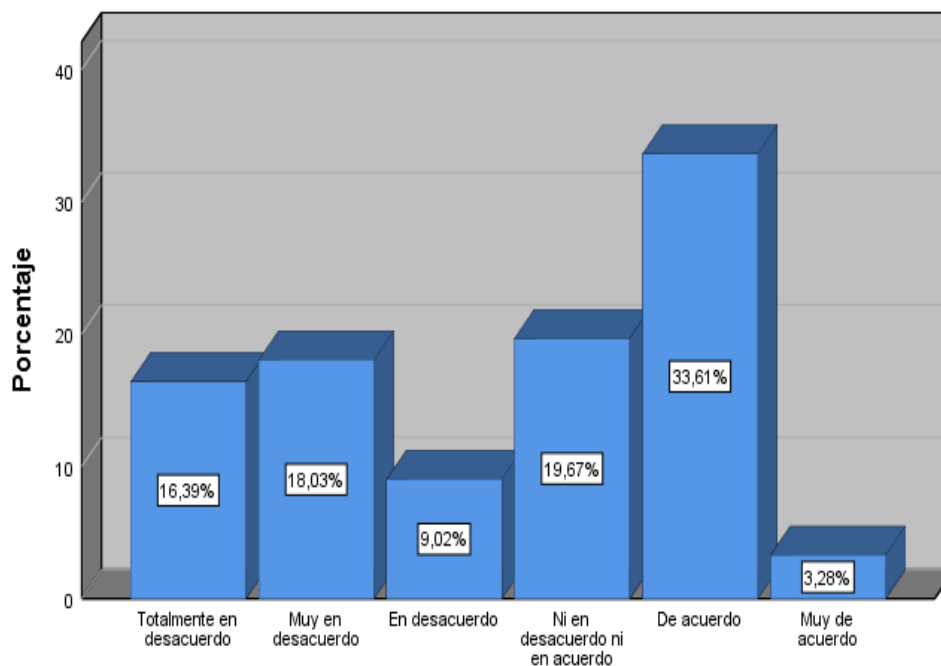
Recursos: generalidades y personas



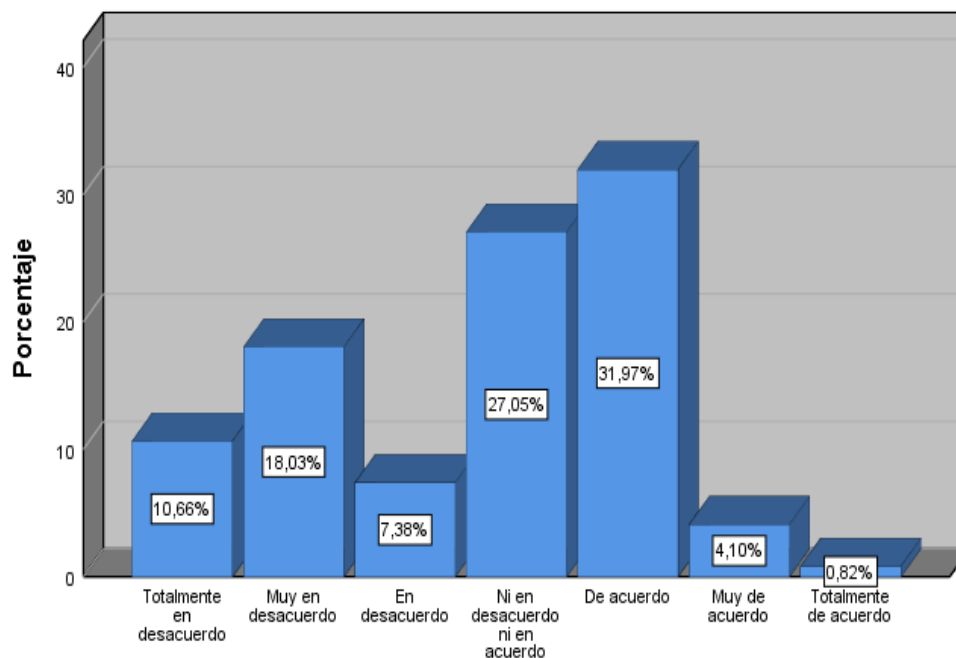
Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis

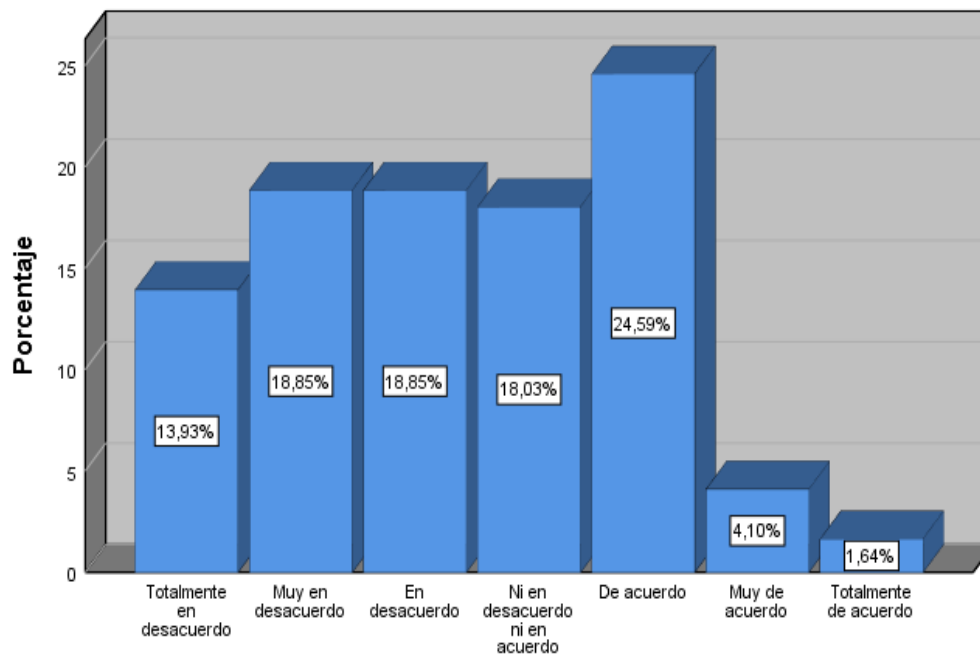
En la figura anterior se muestra que el 31.97% de los encuestados mencionaron estar de acuerdo en que el hotel Imperial dispone adecuadamente de recursos tanto en términos generales como humanos para garantizar una mejor satisfacción de los huéspedes; el 26.23% reportó estar ni en desacuerdo ni en acuerdo; el 20.49% mencionó estar muy en desacuerdo; y el 0.82% indicó estar totalmente de acuerdo. Estos resultados indican que menos de la mitad de los huéspedes perciben que en el hotel Imperial se disponga completamente de recursos, por lo que la gestión de los mismos es insuficiente para generar estancias cómodas.

Figura 19*Recursos: infraestructura**Nota.* Elaboración propia**Interpretación y análisis**

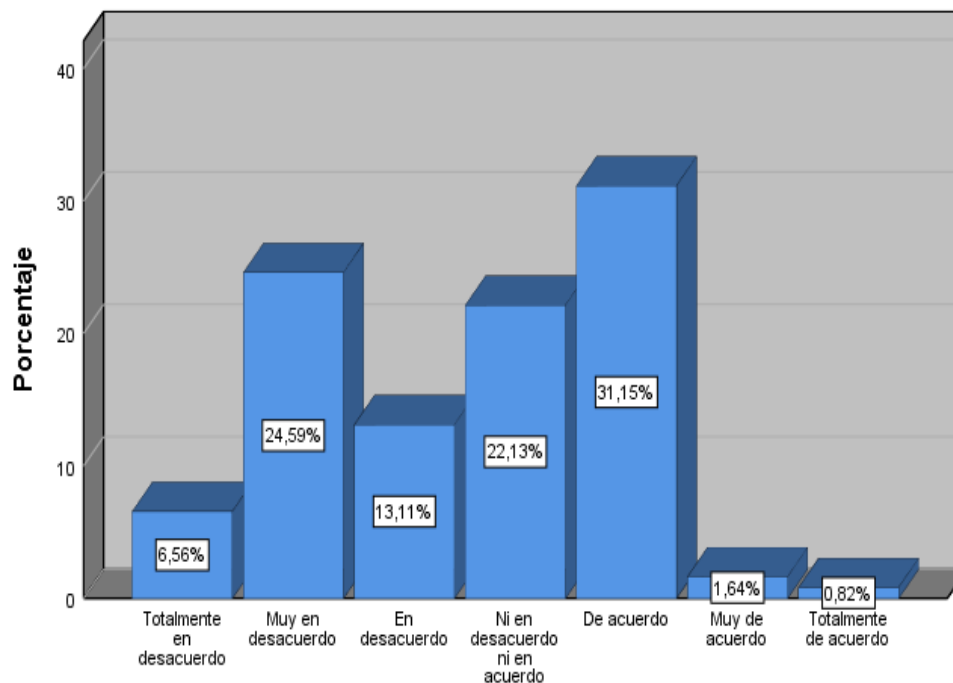
En la figura anterior se muestra que el 33.61% de los encuestados mencionaron estar de acuerdo en que el hotel Imperial posee una infraestructura adecuada para proporcionar una estancia cómoda y satisfactoria; el 19.67% reportó estar ni en desacuerdo ni en acuerdo; el 18.03% mencionó estar muy en desacuerdo; y el 3.28% indicó estar muy de acuerdo. Estos resultados indican que menos de la mitad de los huéspedes perciben que la infraestructura del hotel Imperial es adecuada para brindar una estancia cómoda, lo que genera una menor satisfacción de los huéspedes; además, no se han realizado cambios para mejorar la infraestructura, lo cual no favorece la imagen de la empresa.

Figura 20*Información de productos o servicios**Nota.* Elaboración propia**Interpretación y análisis**

En la figura anterior se muestra que el 31.97% de los encuestados mencionaron estar de acuerdo en que el hotel Imperial realiza una revisión y comunicación adecuada sobre la información de sus productos y servicios; el 27.05% reportó estar ni en desacuerdo ni en acuerdo; el 18.03% mencionó estar muy en desacuerdo; y el 0.82% indicó estar totalmente de acuerdo. Estos resultados indican que menos de la mitad de los huéspedes perciben que en el hotel Imperial la información sobre productos y servicios no es adecuada, posiblemente debido a la falta de disposición del personal para orientar adecuadamente sobre los mismos..

Figura 21*Recursos seguimiento y medición**Nota.* Elaboración propia**Interpretación y análisis**

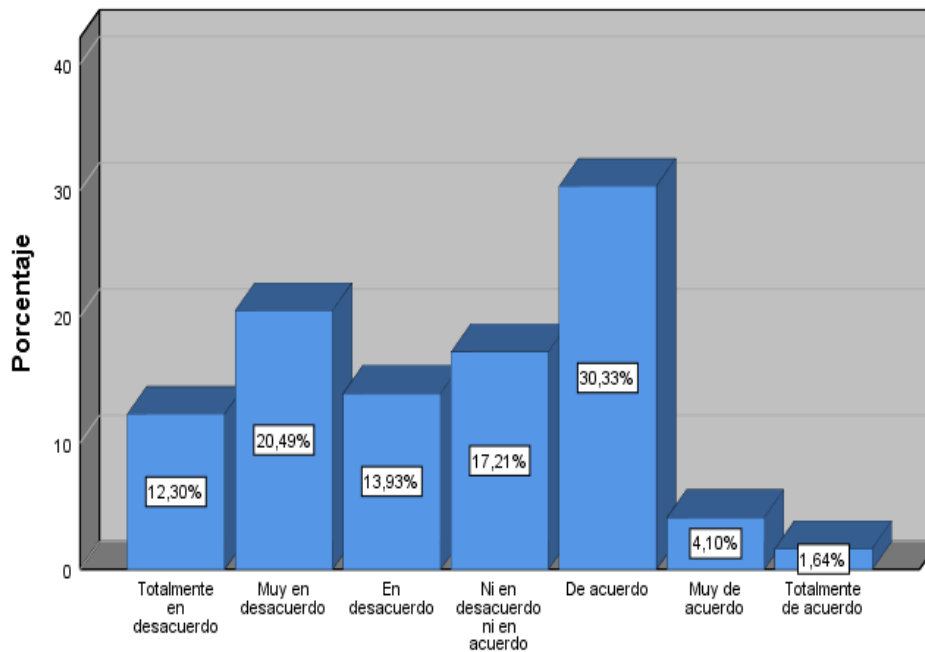
En la figura anterior se muestra que el 24.59% de los encuestados mencionaron estar de acuerdo en que el hotel Imperial realiza un seguimiento y medición eficaz de sus servicios para mejorar la experiencia de sus clientes; el 18.85% reportó estar muy en desacuerdo; el 18.85% mencionó estar en desacuerdo; y el 1.64% indicó estar totalmente de acuerdo. Estos resultados indican que los huéspedes perciben en general que el hotel Imperial no realiza un adecuado seguimiento de los servicios, lo que no favorece la mejora de las experiencias y expectativas de los huéspedes; además, la dirección no dispone de horarios e indicadores de medición para determinar los factores que podrían mejorar la estancia de los huéspedes.

Figura 22*Competencia*

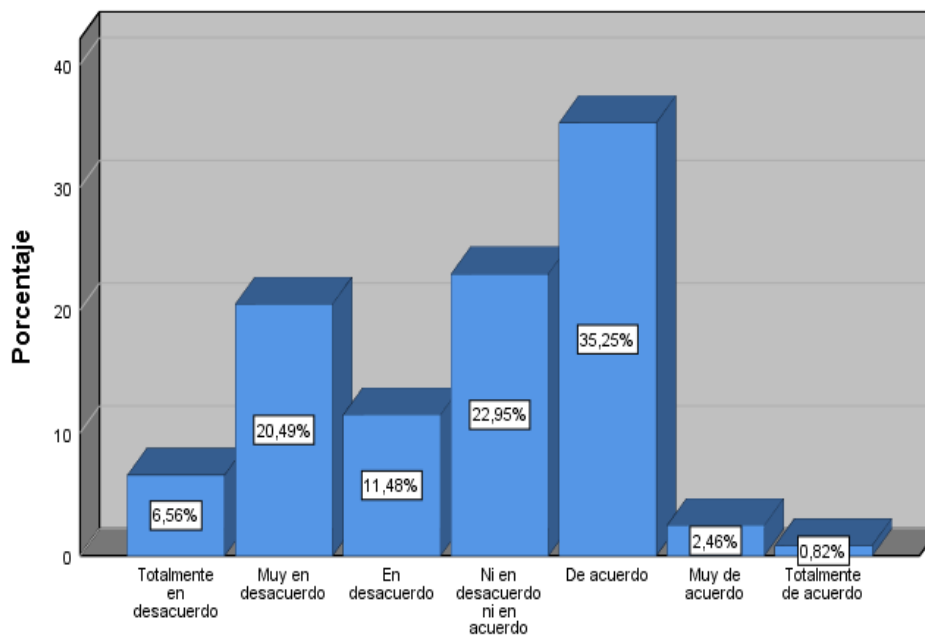
Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 31.15% de los encuestados mencionaron estar de acuerdo en que el hotel Imperial tiene la competencia necesaria para brindar un servicio de calidad durante su estadía; el 24.59% reportó estar muy en desacuerdo; el 22.13% mencionó estar ni en desacuerdo ni en acuerdo; y el 0.82% indicó estar totalmente de acuerdo. Estos resultados indican que los huéspedes perciben en general que el hotel Imperial no tiene la competencia adecuada para generar un servicio de calidad durante la prestación de sus productos o la estancia; además, el personal no recibe capacitaciones para la atención de los huéspedes, lo que no contribuye a mejorar los servicios.

Figura 23*Toma de conciencia**Nota.* Elaboración propia**Interpretación y análisis**

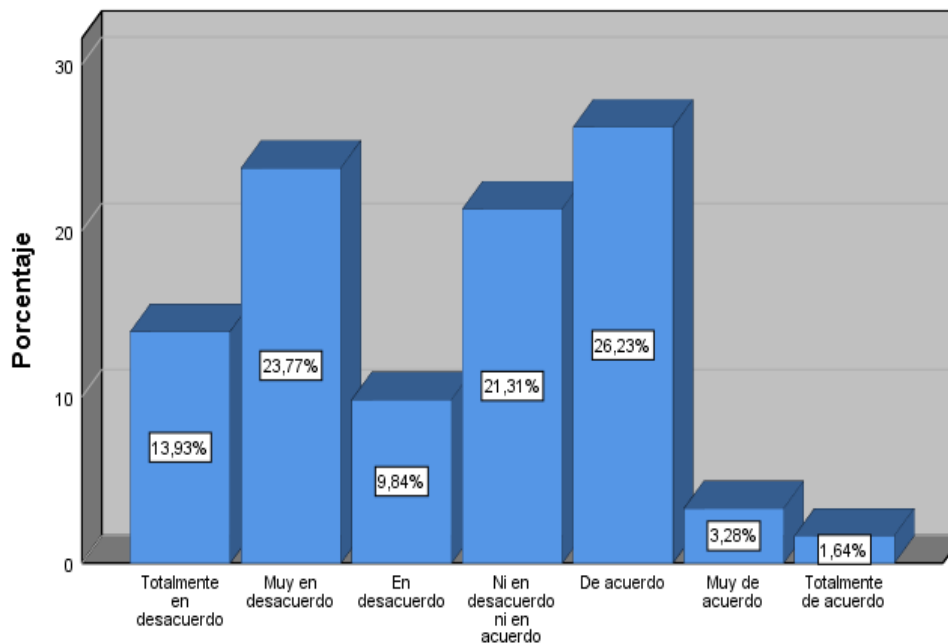
En la figura anterior se muestra que el 30.33% de los encuestados mencionaron estar de acuerdo en que el hotel Imperial es consciente de las necesidades y expectativas de sus clientes; el 20.59% reportó estar muy en desacuerdo; el 17.21% mencionó estar ni en desacuerdo ni en acuerdo; y el 1.64% indicó estar totalmente de acuerdo. Estos resultados indican que los huéspedes perciben en general que en el hotel Imperial no se tiene una buena toma de conciencia, ya que no se consideran de manera integral las necesidades y expectativas de sus huéspedes; además, el personal muestra poco interés por los deseos de los huéspedes, lo cual no favorece su satisfacción.

Figura 24*Comunicación*

Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 35.25% de los encuestados mencionaron estar de acuerdo en que en el hotel Imperial existe una efectiva comunicación entre el personal y los huéspedes para la resolución de inquietudes y solicitudes; el 22.95% reportó estar ni en desacuerdo ni en acuerdo; el 20.49% mencionó estar muy en desacuerdo; y el 0.82% indicó estar totalmente de acuerdo. Estos resultados indican que los huéspedes perciben en general que en el hotel Imperial la comunicación entre el personal y los huéspedes no es buena, ya que no se absuelven de manera clara las solicitudes; además, existe una demora en las respuestas a las solicitudes debido a la reducida coordinación y capacitación del personal.

Figura 25*Información documentada*

Nota. Elaboración propia

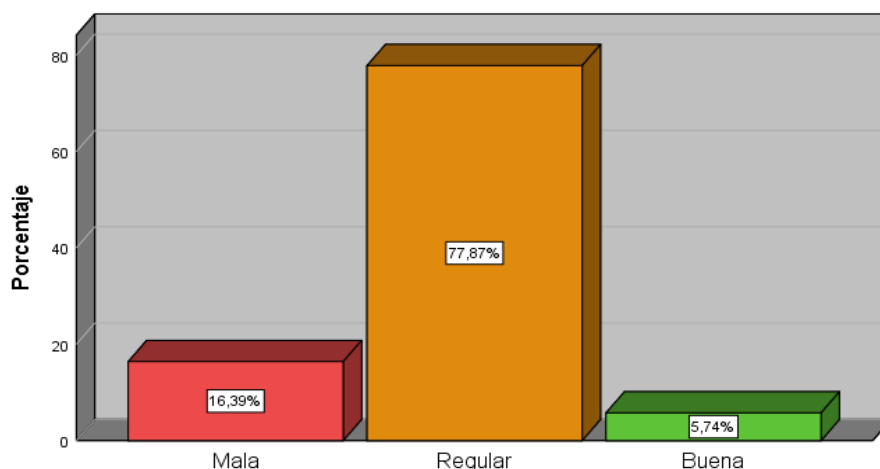
Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 26.23% de los encuestados mencionaron estar de acuerdo en que en el hotel Imperial se proporciona la información necesaria de manera documentada para garantizar una estancia satisfactoria; el 23.77% reportó estar muy en desacuerdo; el 21.31% mencionó estar ni en desacuerdo ni en acuerdo; y el 1.64% indicó estar totalmente de acuerdo. Estos resultados indican que los huéspedes perciben en general que en el hotel Imperial no se brinda la información documentada adecuadamente, lo que genera una estancia poco informada; además, las indicaciones sobre los servicios y productos no se muestran de manera visible en los ambientes del establecimiento, lo cual no contribuye a la satisfacción de los huéspedes.

5.2.3. Resultados de la dimensión evaluación del desempeño

Figura 26

Evaluación del desempeño



Nota. Elaboración propia

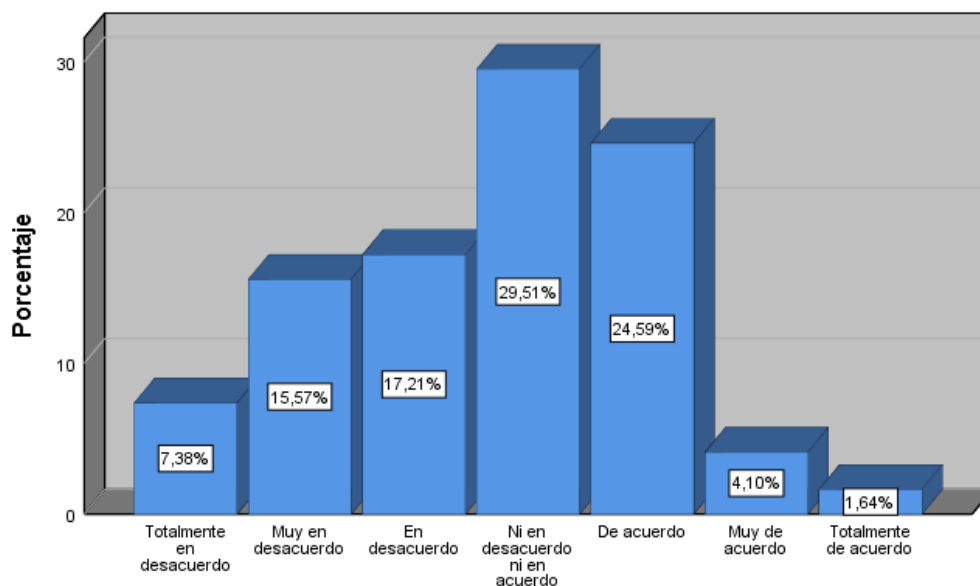
Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 16.39% de los encuestados reportaron que la dimensión evaluación del desempeño se encontró en la categoría mala; el 77.87% indicó como regular; mientras que el 5.74% reportó que la evaluación del desempeño es buena. A partir de los resultados obtenidos se pudo percibir que la evaluación del desempeño es regular debido a que los huéspedes mencionaron, en general, que el hotel Imperial no dispone de mecanismos adecuados de control y seguimiento para la evaluación del desempeño y la satisfacción. El liderazgo no es adecuado y las revisiones por parte de la dirección contribuyen poco a la adaptación a las necesidades cambiantes de los huéspedes. Estos resultados indican que más del 50% de los huéspedes perciben que en el hotel Imperial se promueve de manera regular la evaluación del desempeño, pero debido a la falta de mecanismos de control y seguimiento del personal, esta evaluación no es efectiva.

5.2.3.1. Resultados de los indicadores de evaluación del desempeño

Figura 27

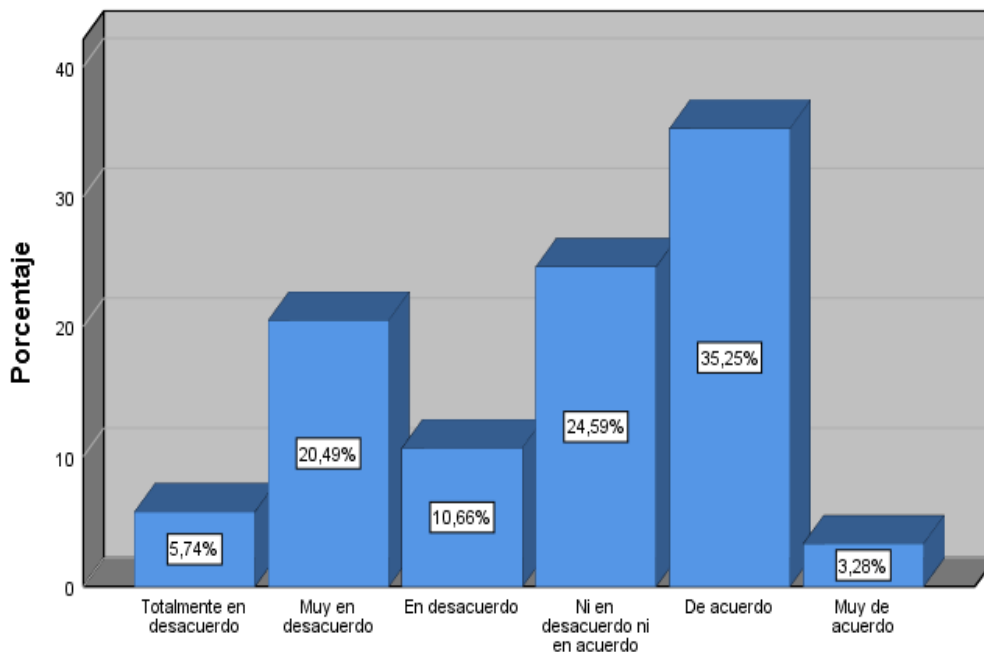
Seguimiento, medición y evaluación: generalidades y satisfacción del cliente



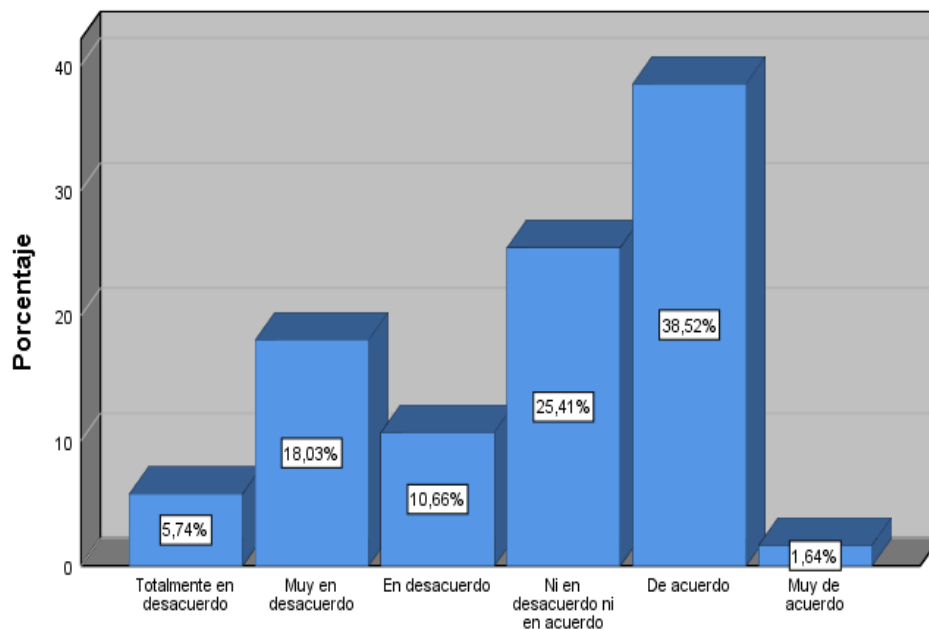
Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 29.51% de los encuestados mencionaron estar ni en desacuerdo ni en acuerdo sobre si el hotel dispone de mecanismos de control, medición, seguimiento y análisis para la evaluación de la satisfacción de sus huéspedes; el 24.59% reportó estar de acuerdo, el 17.21% señaló estar en desacuerdo, y el 1.64% mencionó estar totalmente de acuerdo; estos resultados indican que menos del 50% de los huéspedes perciben que en el hotel Imperial los mecanismos de control, medición, seguimiento y análisis no son adecuados para la evaluación de la satisfacción de los huéspedes.

Figura 28*Liderazgo y compromiso**Nota.* Elaboración propia**Interpretación y análisis**

En la figura anterior se muestra que el 35.25% de los encuestados mencionaron estar de acuerdo en que en el hotel Imperial se evidencia un sólido liderazgo y compromiso por parte de la dirección para brindar un servicio de calidad; el 24.59% reportó estar ni en desacuerdo ni en acuerdo, el 20.49% señaló estar muy en desacuerdo, y el 3.28% mencionó estar muy de acuerdo. Estos resultados indican que menos del 50% de los huéspedes perciben que en el hotel Imperial no se evidencia claramente un liderazgo y compromiso por parte de la dirección, lo que no contribuye adecuadamente a brindar un servicio de calidad.

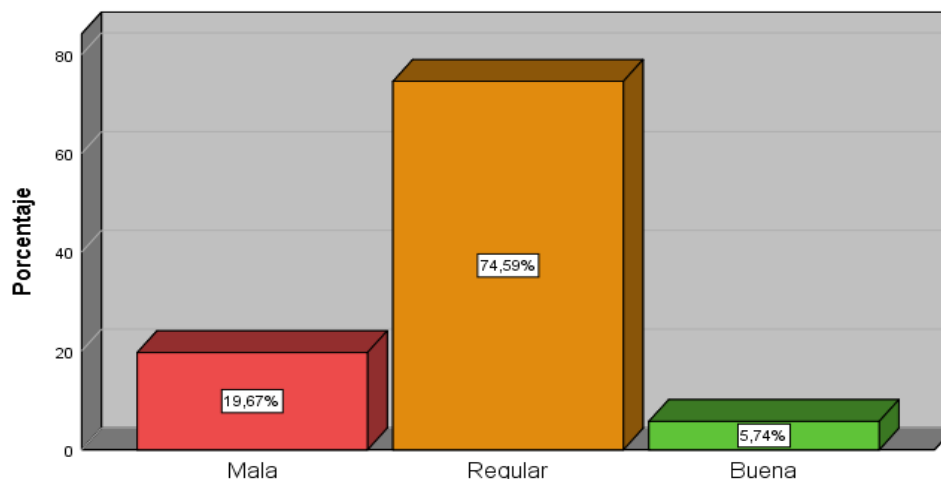
Figura 29*Revisión por la dirección**Nota.* Elaboración propia**Interpretación y análisis**

En la figura anterior se muestra que el 38.52% de los encuestados mencionaron estar de acuerdo en que en el hotel Imperial se llevan a cabo revisiones periódicas por parte de la dirección para mejorar continuamente los servicios y adaptarse a las necesidades de los huéspedes; el 25.41% reportó estar ni en desacuerdo ni en acuerdo, el 18.03% señaló estar muy en desacuerdo, y el 1.64% mencionó estar muy de acuerdo. Estos resultados indican que menos del 50% de los huéspedes perciben claramente que en el hotel Imperial se realizan revisiones por parte de la dirección, lo que no promueve adecuadamente la mejora de los servicios.

5.2.4. Resultados de la dimensión planificación

Figura 30

Planificación



Nota. Elaboración propia

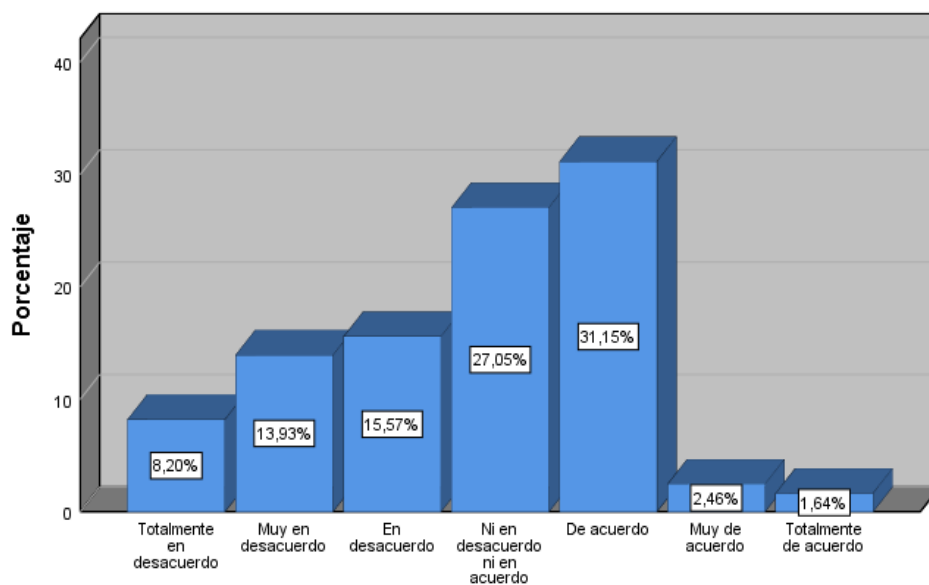
Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 19.67% de los encuestados reportaron que la dimensión planificación se encontró en la categoría mala; el 74.59% indicó que la dimensión planificación es regular; mientras que el 5.74% reportó que la planificación es buena. A partir de los resultados obtenidos se pudo percibir que la planificación es regular debido a que los huéspedes mencionaron, en general, que el hotel Imperial no toma acciones adecuadas para abordar los riesgos y oportunidades que pueden afectar la experiencia del huésped; además, los objetivos establecidos son planificados de manera regular y hay poca identificación de las necesidades de cambio y su respectiva implementación. Estos resultados indican que más del 50% de los huéspedes perciben que en el hotel Imperial se promueve de manera regular la planificación debido a la falta de acciones efectivas, la poca definición de objetivos y la escasa identificación de las necesidades de los huéspedes.

5.2.4.1.Resultados de los indicadores de planificación

Figura 31

Acciones para abordar riesgos y oportunidades



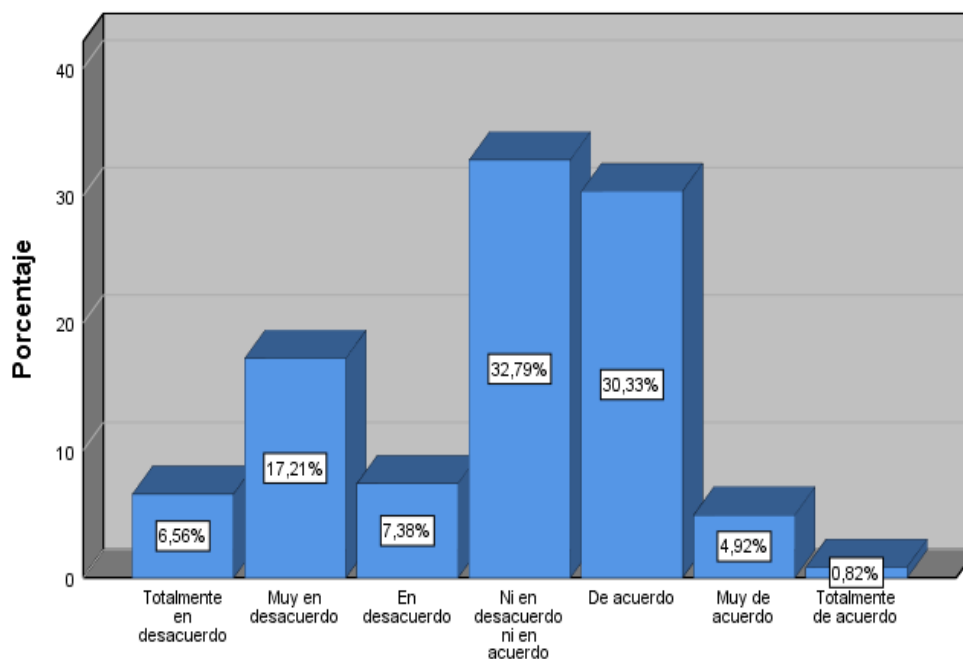
Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 31.15% de los encuestados mencionaron estar de acuerdo en que en el hotel Imperial se toman acciones efectivas para abordar tanto los riesgos como las oportunidades que pueden afectar la experiencia del huésped; el 27.05% reportó estar ni en desacuerdo ni en acuerdo, el 15.57% señaló estar en desacuerdo, y el 1.64% mencionó estar totalmente de acuerdo. Estos resultados indican que menos del 50% de los huéspedes perciben que en el hotel Imperial no se evidencian completamente acciones para abordar los riesgos y oportunidades que puedan afectar las experiencias de sus huéspedes, lo que no contribuye adecuadamente a su satisfacción.

Figura 32

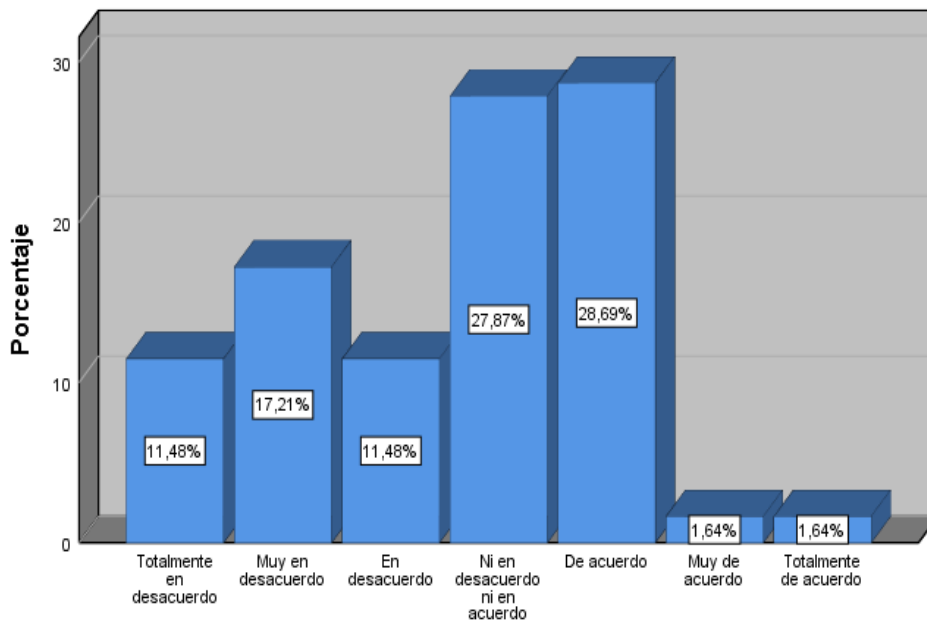
Objetivos de la calidad y planificación para lograrlo



Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis

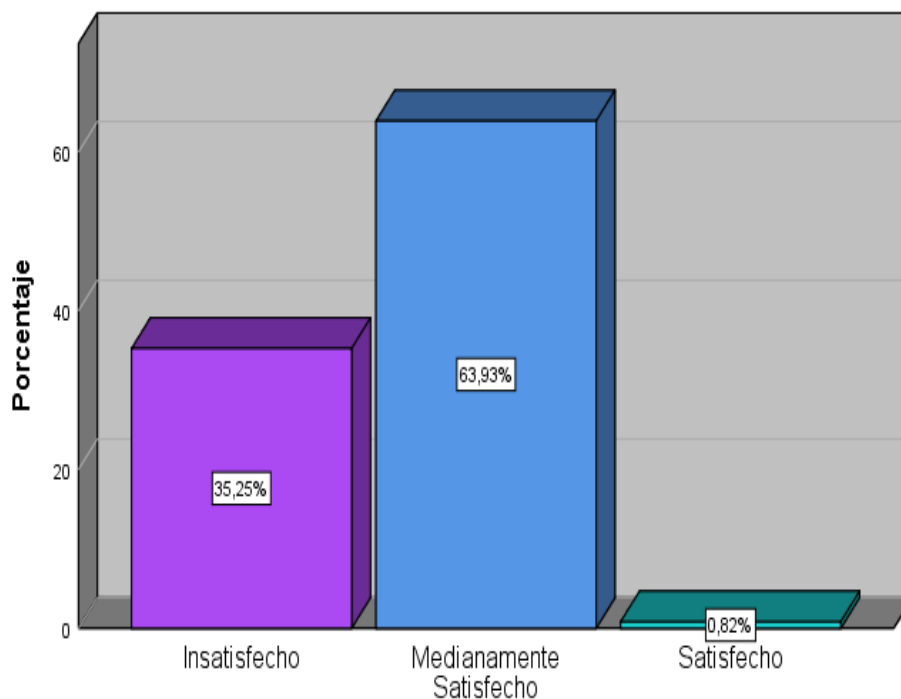
En la figura anterior se muestra que el 32.79% de los encuestados mencionaron estar ni en desacuerdo ni en acuerdo en que en el hotel Imperial se tienen objetivos de calidad planificados adecuadamente para alcanzarlos; el 30.33% reportó estar de acuerdo, el 17.21% señaló estar muy en desacuerdo, y el 0.82% mencionó estar totalmente de acuerdo; estos resultados indican que menos del 50% de los huéspedes perciben que en el hotel Imperial la planificación de los objetivos no se desarrolla adecuadamente, lo que no contribuye a la satisfacción de los huéspedes.

Figura 33*Planificación de los cambios**Nota.* Elaboración propia**Interpretación y análisis**

En la figura anterior se muestra que el 28.87% de los encuestados mencionaron estar de acuerdo en que en el hotel Imperial se disponga de un plan efectivo para la identificación de las necesidades de cambio y gestión de implementación para la mejora de las experiencias; el 27.87% reportó estar ni en desacuerdo ni en acuerdo, el 17.21% señaló estar muy en desacuerdo, y el 1.64% mencionó estar totalmente de acuerdo; estos resultados indican que menos del 50% de los huéspedes perciben que en el hotel Imperial la planificación de cambios no sea adecuada debido a la poca capacidad de identificar necesidades de cambio.

5.3. Resultados de la variable Satisfacción de los Huéspedes

Figura 34
Satisfacción de los huéspedes



Nota. Elaboración propia

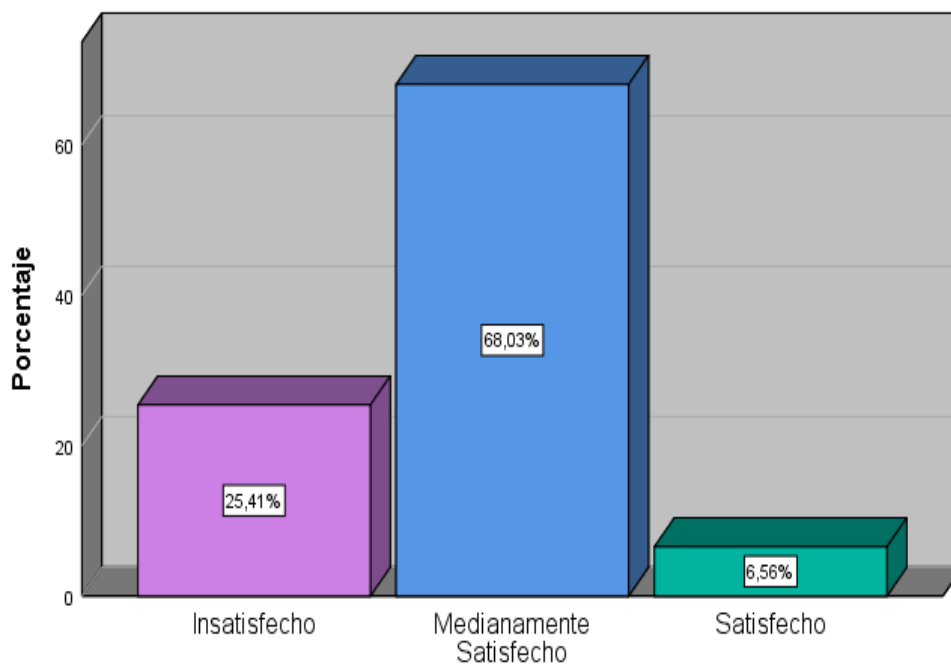
Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 32.25% de los huéspedes encuestados reportaron haberse sentido insatisfechos; el 63.93% mencionaron haberse sentido medianamente satisfechos y el 0.82% reportaron haberse sentido satisfechos con los servicios de alojamiento del hotel Imperial. A partir de los resultados obtenidos se pudo percibir que la satisfacción de los huéspedes es regular debido a la dificultad en la capacidad de respuesta, la poca seguridad, el bajo grado de empatía y los inadecuados elementos tangibles.

5.3.1. Resultados de la dimensión elementos tangibles

Figura 35

Elementos tangibles



Nota. Elaboración propia

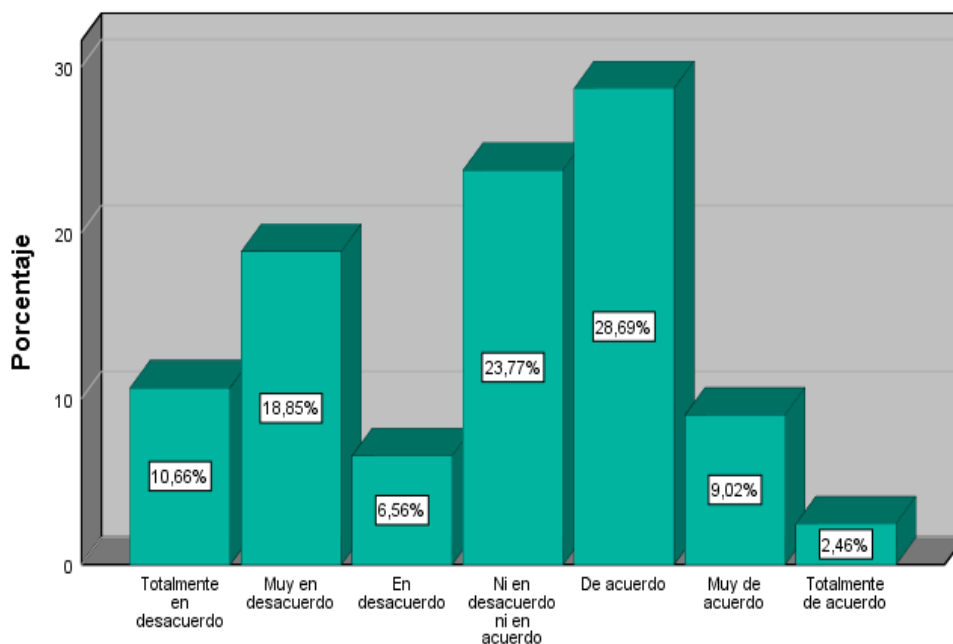
Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 25.41% de los huéspedes encuestados reportaron haberse sentido insatisfechos con relación a las instalaciones del hotel Imperial, el 60.03% reportaron haberse sentido medianamente satisfechos, y el 6.56% señalaron haberse sentido satisfechos con las instalaciones. Estos resultados indican que, en general, las instalaciones del hotel Imperial satisfacen de manera moderada las necesidades y expectativas de sus huéspedes debido a su poca atracción, la escasa disponibilidad de equipos modernos y la apariencia del personal.

5.3.1.1.Resultados de los indicadores

Figura 36

Instalaciones atractivas y en buen estado

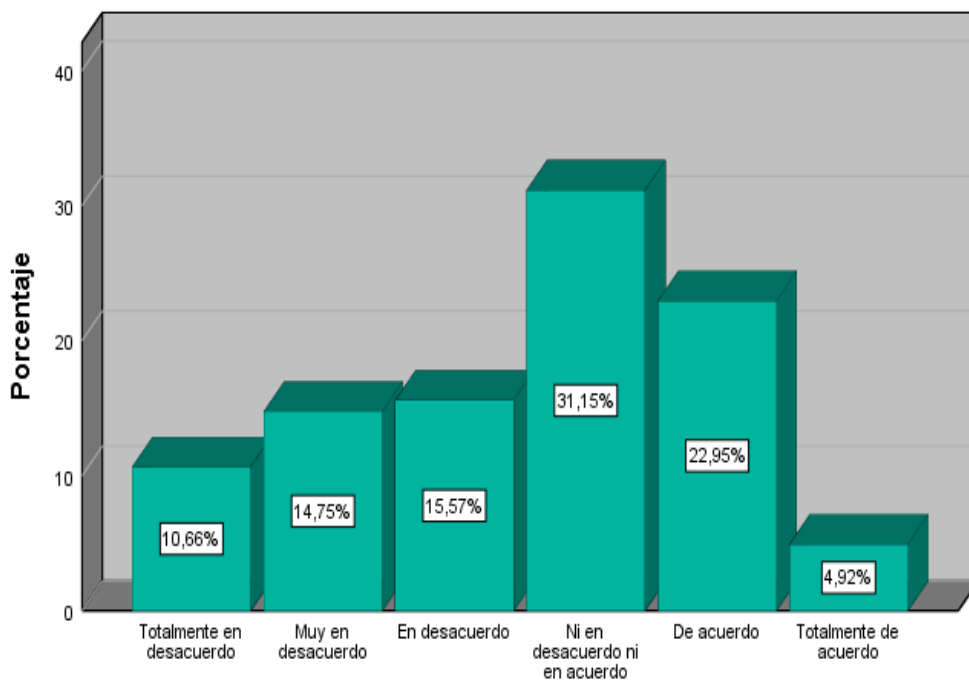


Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 28.69% de los encuestados mencionaron estar de acuerdo en que el hotel Imperial disponga de instalaciones visualmente atractivas; el 23.77% reportó estar ni en desacuerdo ni en acuerdo, el 18.85% señaló estar muy en desacuerdo, y el 2.46% mencionó estar totalmente de acuerdo. Estos resultados indican que, en general, los huéspedes del hotel Imperial perciben que no se disponen completamente de instalaciones atractivas que contribuyan a mejorar su estancia y satisfacción.

Figura 37
Equipos que cumplen con su funcionalidad

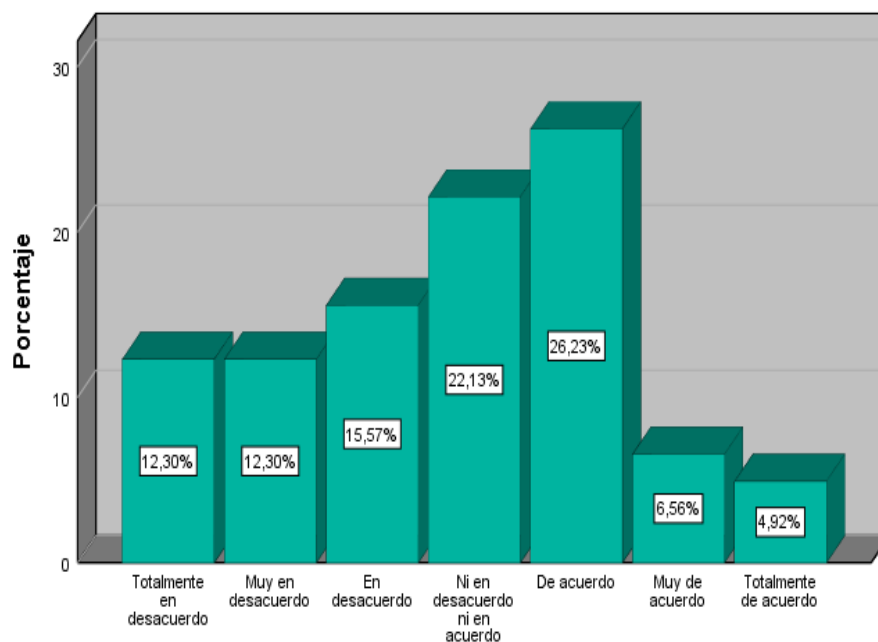


Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 31.15% de los encuestados mencionaron estar ni en desacuerdo ni en acuerdo en que el hotel Imperial disponga de equipos modernos para los servicios; el 22.95% reportó estar de acuerdo, el 15.57% señaló estar muy en desacuerdo, y el 4.92% mencionó estar totalmente de acuerdo. Estos resultados indican que, en general, menos del 50% de los huéspedes perciben que el hotel Imperial no cuenta con equipos adecuados y modernos para ofrecer sus servicios.

Figura 38
Empleados con apariencia pulcra

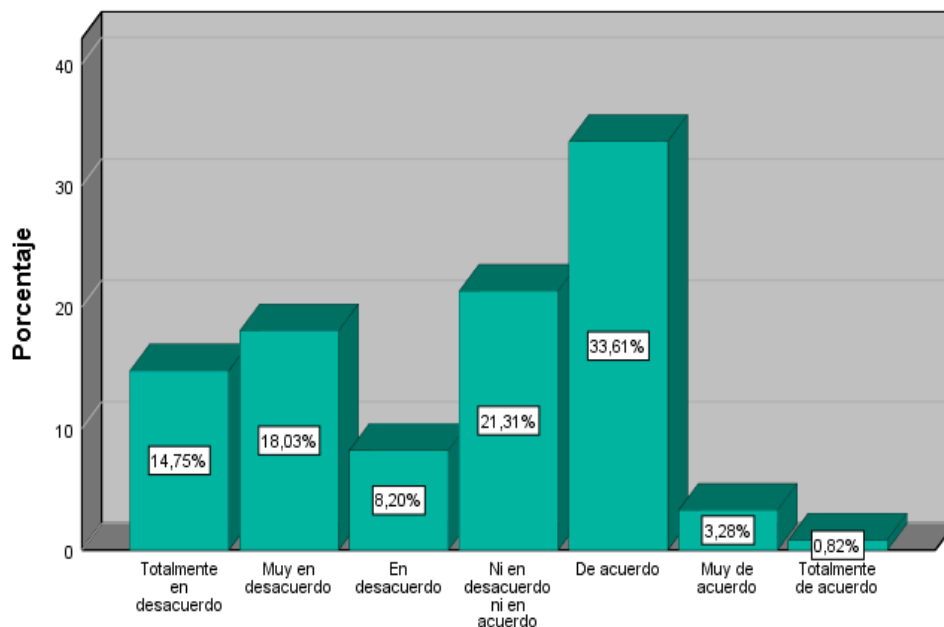


Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 26.23% de los encuestados mencionaron estar de acuerdo en que en el hotel Imperial el personal muestra apariencia pulcra; el 22.13% reportó estar ni en desacuerdo ni en acuerdo, el 15.57% señaló estar en desacuerdo, y el 4.92% mencionó estar totalmente de acuerdo. Estos resultados indican que, en general, menos del 50% de los huéspedes perciben que en el hotel Imperial el personal no muestra una apariencia pulcra, lo que no contribuye adecuadamente a la satisfacción de los mismos.

Figura 39
Elementos materiales en buen estado y atractivos



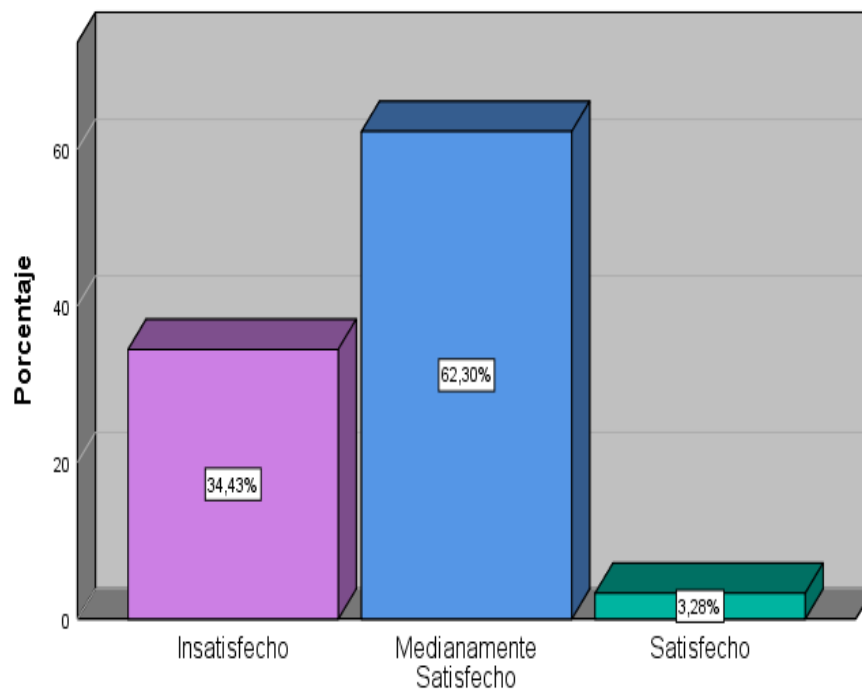
Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 33.61% de los encuestados mencionaron estar de acuerdo en que en el hotel Imperial los materiales e insumos empleados sean los adecuados; el 22.31% reportó estar ni en desacuerdo ni en acuerdo, el 18.03% señaló estar muy en desacuerdo, y el 0.82% mencionó estar totalmente de acuerdo. Estos resultados indican que, en general, menos del 50% de los huéspedes perciben que en el hotel Imperial los materiales e insumos no sean los adecuados, lo que no contribuye completamente a la satisfacción de los mismos.

5.3.2. Resultados de la dimensión capacidad de respuesta

Figura 40
Capacidad de respuesta



Nota. Elaboración propia

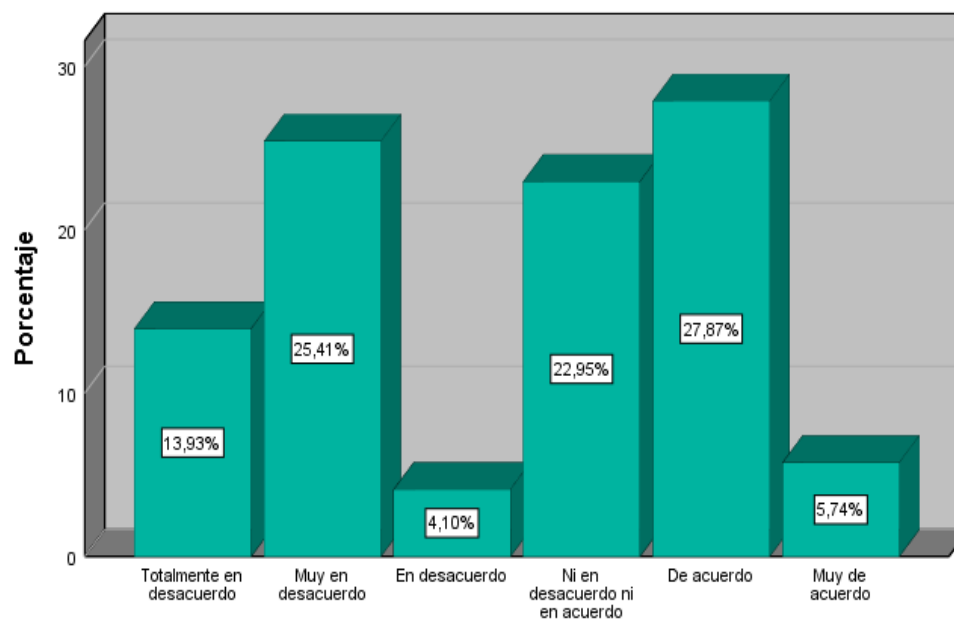
Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 34.43% de los huéspedes encuestados reportaron haberse sentido insatisfechos con la dimensión de capacidad de respuesta, el 62.30% reportaron haberse sentido medianamente satisfechos, y el 3.28% señalaron haberse sentido satisfechos con la capacidad de respuesta. Estos resultados indican que, en general, la capacidad de respuesta del hotel satisface de manera moderada a los huéspedes; el personal informa regularmente sobre los servicios, la atención del personal es medianamente oportuna, hay poca disposición para ayudar a los huéspedes y se observa poca priorización.

5.3.2.1. Resultados de los indicadores de capacidad de respuesta

Figura 41

Comunicación constante entre el cliente y empleados



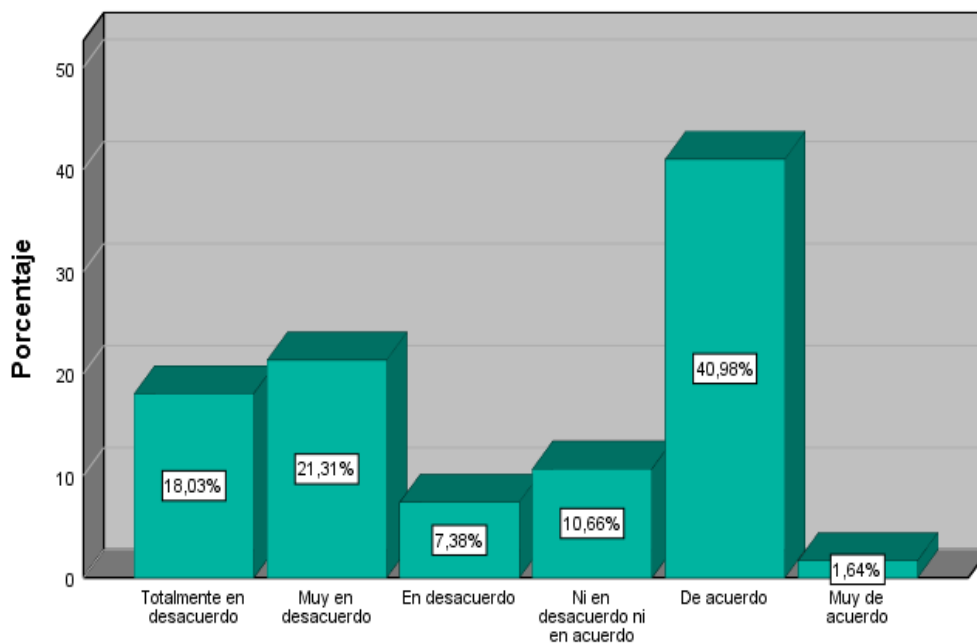
Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 27.87% de los encuestados mencionaron haber estado de acuerdo en que en el hotel Imperial el personal informa de manera precisa las implicancias de la realización del servicio, el 25.41% reportó estar muy en desacuerdo, el 22.95% señaló ni estar en desacuerdo ni en acuerdo, y el 5.74% mencionó estar muy de acuerdo. Estos resultados indican que, en general, menos del 50% de los huéspedes perciben que en el hotel Imperial el personal no informa detalladamente las implicancias de la realización de los servicios, lo cual no contribuye adecuadamente a la satisfacción.

Figura 42

Se brinda una atención rápida y oportuna



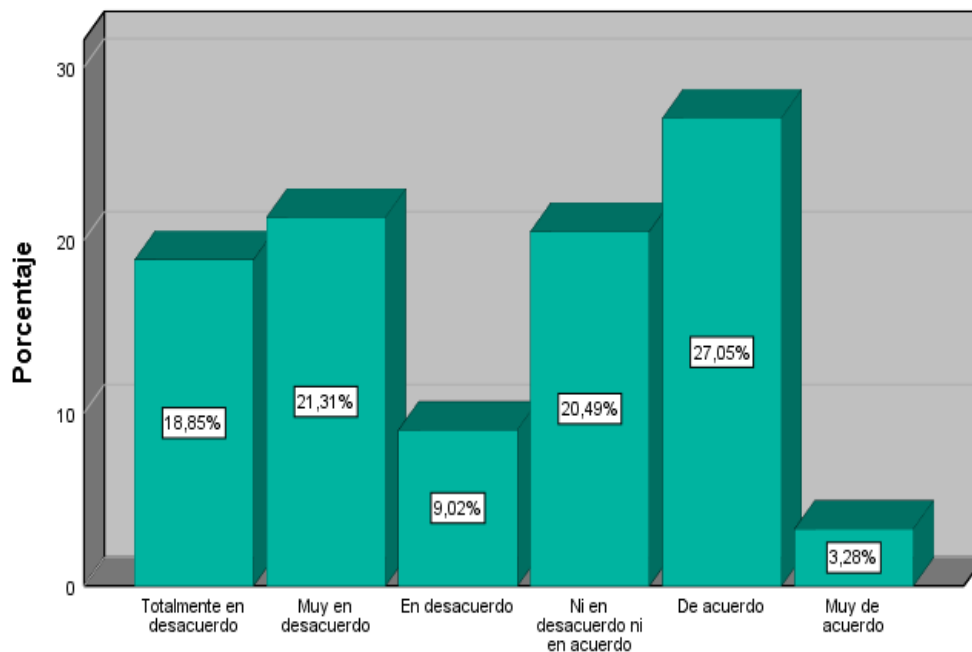
Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 40.96% de los encuestados mencionaron haber estado de acuerdo en que en el hotel Imperial la atención sea rápida, el 21.31% reportó estar muy en desacuerdo, el 18.03% señaló estar totalmente en desacuerdo, y el 1.64% mencionó estar muy de acuerdo. Estos resultados indican que, en general, menos del 50% de los huéspedes perciben que en el hotel Imperial el personal no atiende de manera rápida las necesidades y consultas de sus huéspedes, lo cual no contribuye adecuadamente a la satisfacción.

Figura 43

Los empelados muestran disposición a ayudar



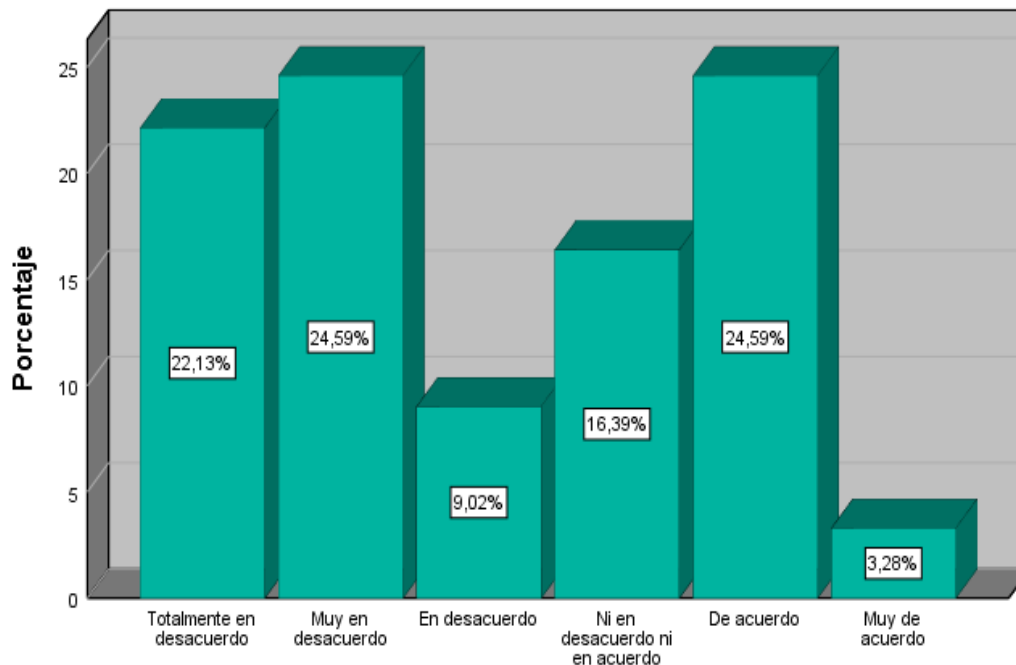
Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 27.05% de los encuestados mencionaron haber estado de acuerdo en que en el hotel Imperial el personal tiene la disposición de ayudar, el 21.31% reportó estar muy en desacuerdo, el 20.49% señaló estar ni en desacuerdo ni en acuerdo, y el 3.26% mencionó estar muy de acuerdo. Estos resultados indican que, en general, menos del 50% de los huéspedes perciben que en el hotel Imperial el personal no está dispuesto a ayudar, lo cual no contribuye adecuadamente a la satisfacción.

Figura 44

Se presenta un buen ambiente calmado en el establecimiento



Nota. Elaboración propia

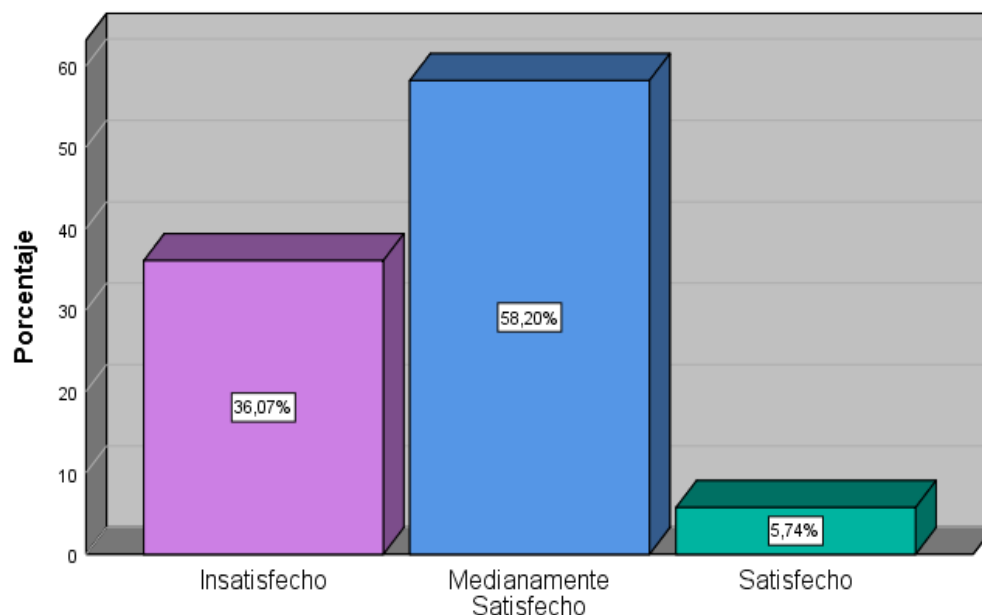
Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 24.59% de los encuestados mencionaron haber estado de acuerdo en que en el hotel Imperial se evidencie un ambiente calmado en el establecimiento, el 24.59% reportó estar muy en desacuerdo, el 22.13% señaló estar totalmente en desacuerdo, y el 3.26% mencionó estar muy de acuerdo. Estos resultados indican que, en general, menos del 50% de los huéspedes perciben que en el hotel Imperial no se evidencia un ambiente de calma, lo cual no contribuye adecuadamente a la satisfacción de los huéspedes.

5.3.3. Resultados de la dimensión seguridad

Figura 45

Seguridad



Nota. Elaboración propia

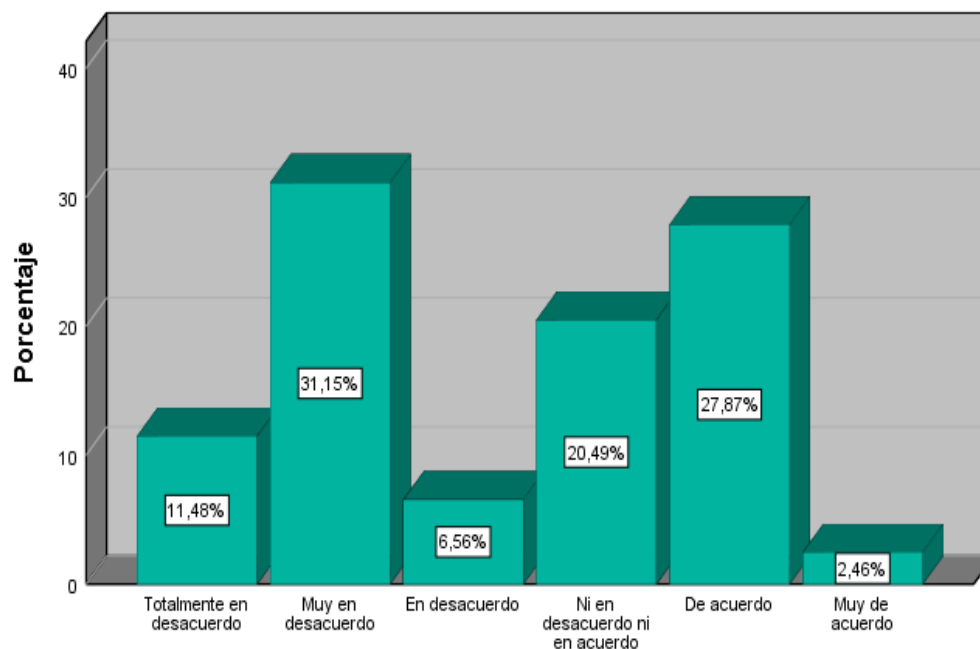
Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 36.07% de los huéspedes encuestados reportaron haberse sentido insatisfechos con la dimensión seguridad, el 58.20% reportaron haberse sentido medianamente satisfechos, y el 5.74% señalaron haberse sentido satisfechos con la dimensión seguridad. Estos resultados indican que, en general, la dimensión de seguridad satisface de manera moderada a los huéspedes. Se observa una percepción de poca transmisión de confianza por parte del personal, seguridad moderada de las instalaciones, trato de amabilidad moderado y conocimientos regulares para resolver las consultas de los huéspedes.

5.3.3.1. Resultados de los indicadores de seguridad

Figura 46

Comportamiento confiable de los trabajadores

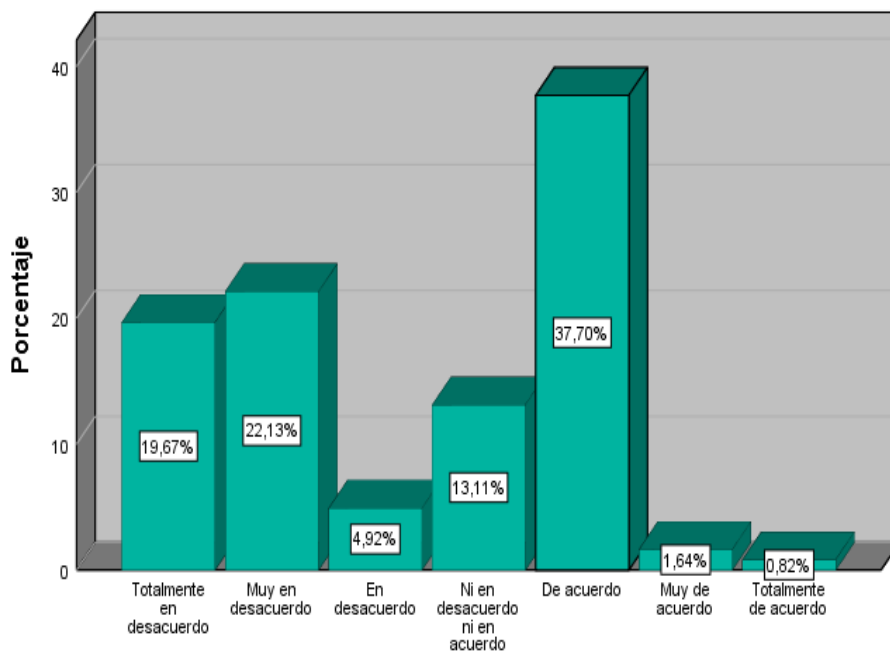


Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 31.15% de los encuestados mencionaron estar muy en desacuerdo en que en el hotel Imperial el personal transmite confianza, el 27.87% reportó estar de acuerdo, el 20.49% señaló ni en desacuerdo ni en acuerdo, y el 2.45% mencionó estar muy de acuerdo. Estos resultados indican que, en general, menos del 50% de los huéspedes perciben que en el hotel Imperial el personal transmite confianza en su trato, lo que no contribuye de manera adecuada a la satisfacción de los huéspedes.

Figura 47
Seguridad del cliente

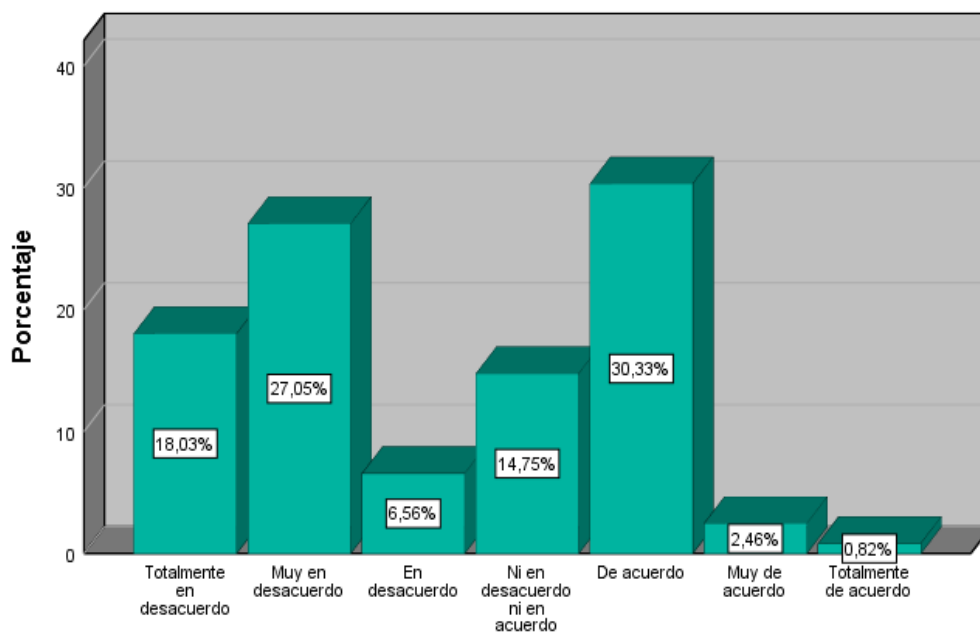


Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 37.70% de los encuestados mencionaron haber estado de acuerdo en que en el hotel Imperial se siente seguridad en las transacciones, el 22.13% reportó estar muy en desacuerdo, el 19.67% señaló estar totalmente en desacuerdo, y el 0.82% mencionó estar totalmente de acuerdo. Estos resultados indican que, en general, menos del 50% de los huéspedes perciben que en el hotel Imperial se brinda un ambiente seguro para las transacciones. Esto no contribuye completamente a la satisfacción de los huéspedes.

Figura 48
Amabilidad del personal

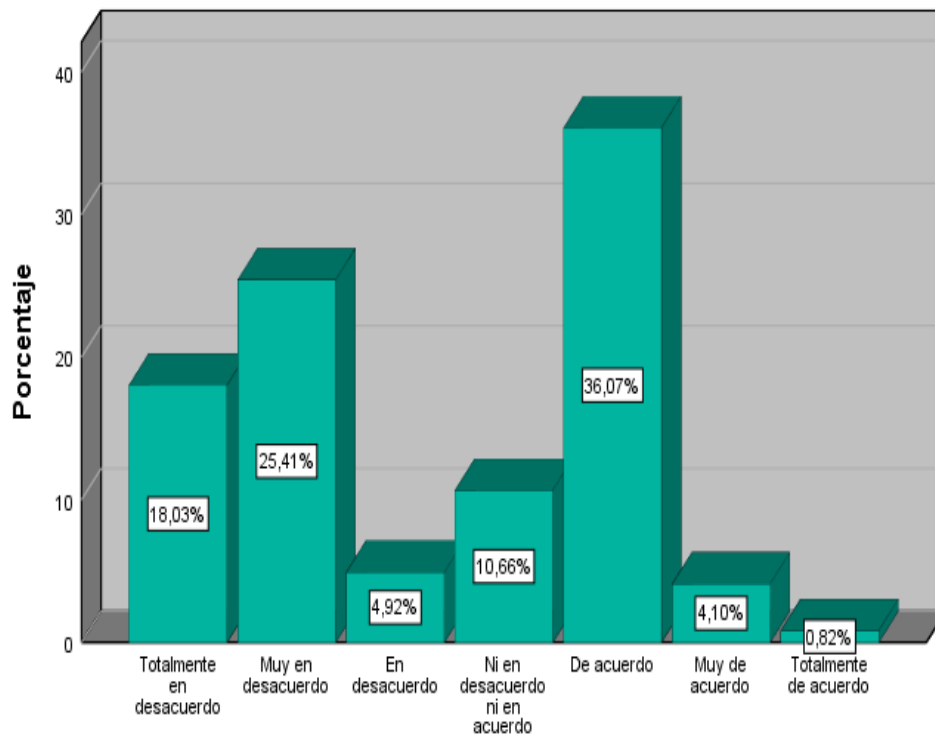


Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 30.33% de los encuestados mencionaron haber estado de acuerdo en que en el hotel Imperial el personal ofrece los servicios con amabilidad, el 27.05% reportó estar muy en desacuerdo, el 18.03% señaló estar totalmente en desacuerdo, y el 0.82% mencionó estar totalmente de acuerdo. Estos resultados indican que, en general, menos del 50% de los huéspedes perciben que en el hotel Imperial el personal no muestra un trato completamente amable en la prestación de servicios de alojamiento, lo que no contribuye adecuadamente a la satisfacción de los huéspedes.

Figura 49
Conocimientos del personal del hotel Imperial



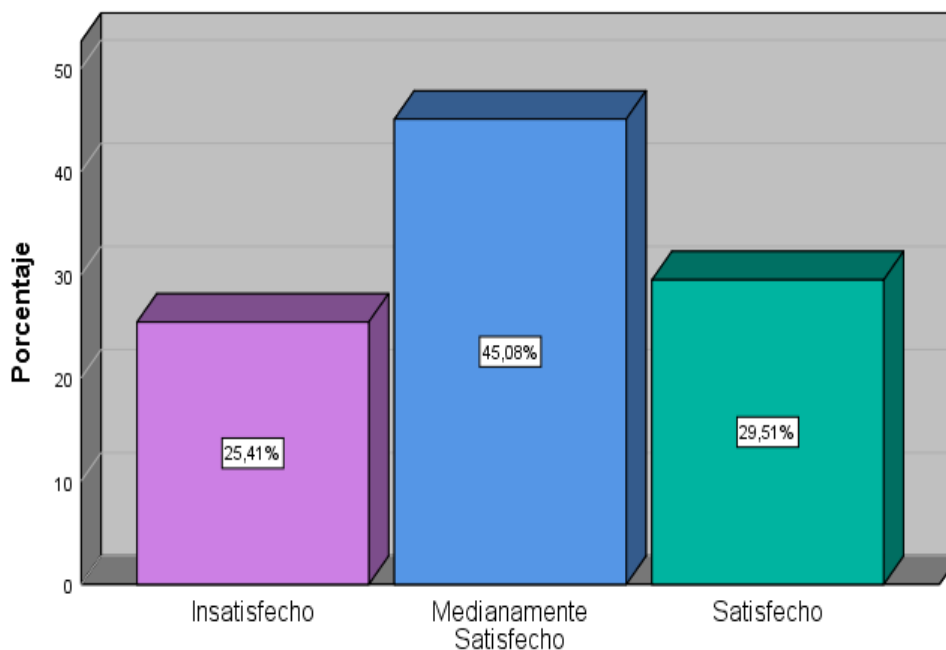
Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 36.07% de los encuestados mencionaron haber estado de acuerdo en que en el hotel Imperial el personal disponga de los conocimientos necesarios para contestar las dudas, el 25.41% reportó estar muy en desacuerdo, el 18.03% señaló estar totalmente en desacuerdo, y el 0.82% mencionó estar totalmente de acuerdo. Estos resultados indican que, en general, menos del 50% de los huéspedes perciben que en el hotel Imperial el personal no tiene los conocimientos adecuados para resolver dudas sobre los servicios, lo que no contribuye adecuadamente a la satisfacción de los huéspedes.

5.3.4. Resultados de la dimensión empatía

Figura 50
Dimensión empatía



Nota. Elaboración propia

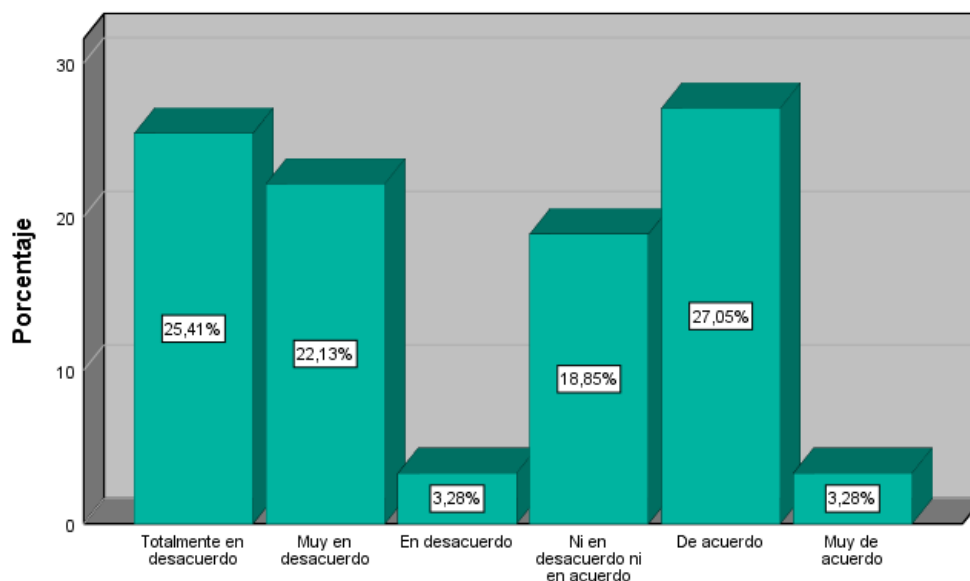
Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 25.41% de los huéspedes encuestados reportaron haberse sentido insatisfechos con la dimensión empatía, el 45.06% reportaron haberse sentido medianamente satisfechos, y el 29.51% señalaron haberse sentido satisfechos con la dimensión empatía. Estos resultados indican que, en general, la dimensión de empatía satisface de manera moderada a los huéspedes; se observa que en el hotel hay una atención poco individualizada, horarios poco convenientes, servicios personalizados moderados y un interés moderado por las expectativas y necesidades de los huéspedes.

5.3.4.1. Resultados de los indicadores de empatía

Figura 51

Atención individualizada

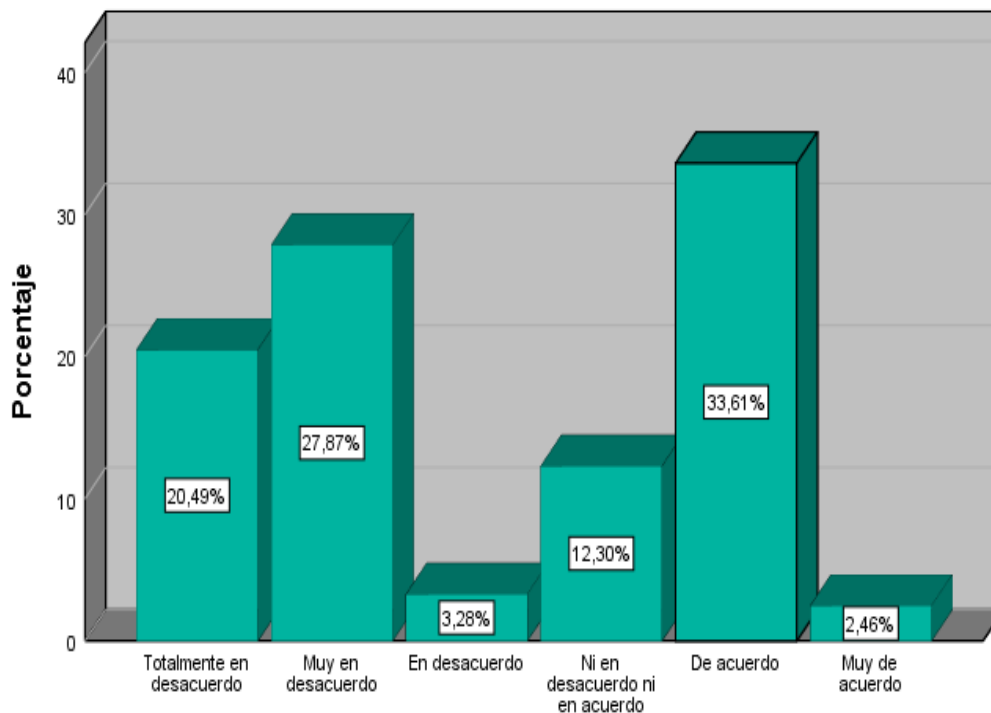


Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 27.05% de los encuestados mencionaron haber estado de acuerdo en que en el hotel Imperial se brinde una atención individualizada, el 25.41% reportó totalmente en desacuerdo, el 22.13% señaló muy en desacuerdo, y el 3.28% mencionó muy de acuerdo. Estos resultados indican que, en general, menos del 50% de los huéspedes perciben que en el hotel Imperial se ofrece una atención personalizada, debido a la poca disposición del personal y la uniformidad en los servicios, lo cual no contribuye adecuadamente a la satisfacción de los huéspedes.

Figura 52
Horarios de trabajo convenientes para los clientes

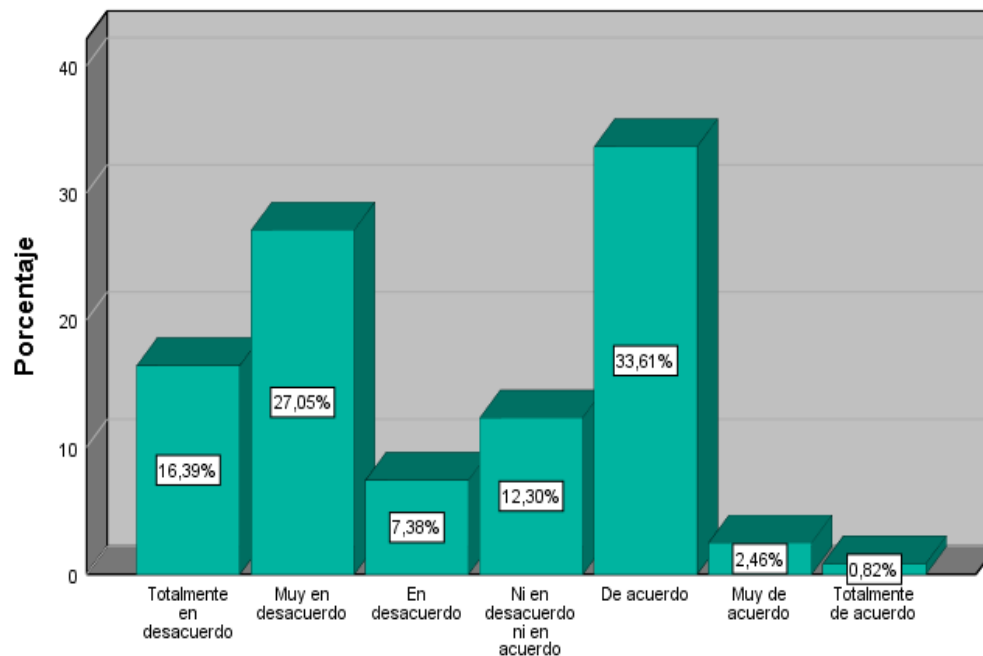


Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 33.61% de los encuestados mencionaron haber estado de acuerdo en que en el hotel Imperial disponga de horarios de atención convenientes para sus servicios, el 27.87% reportó muy en desacuerdo, el 20.49% señaló totalmente en desacuerdo, y el 2.46% mencionó muy de acuerdo. Estos resultados indican que, en general, menos del 50% de los huéspedes perciben que en el hotel Imperial se ofrecen horarios adecuados para los servicios, ya que estos han sido establecidos desde su apertura con pocos cambios, lo cual no contribuye adecuadamente a la satisfacción de los huéspedes.

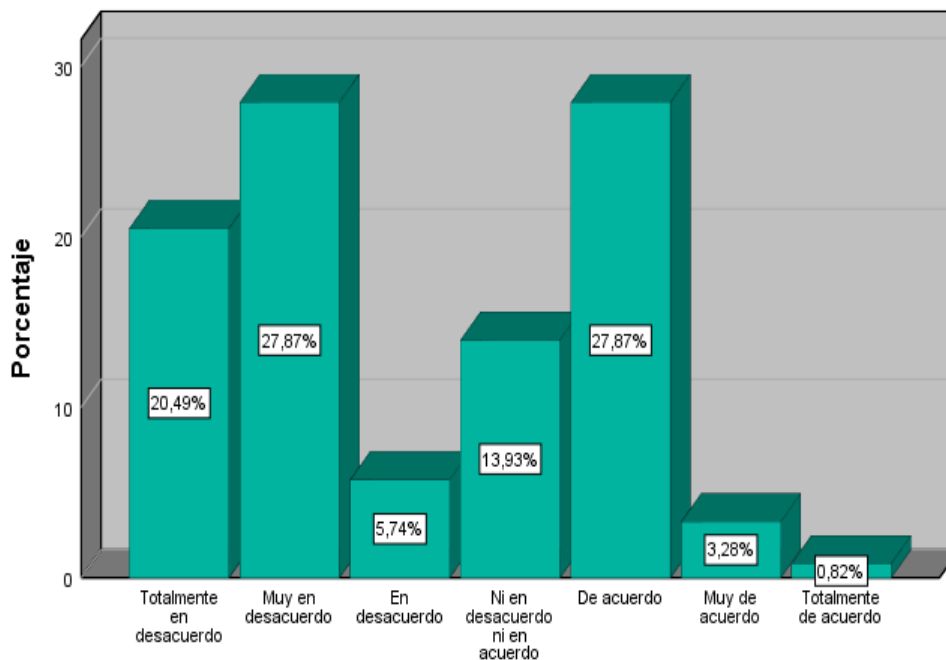
Figura 53
Atención adecuada y personalizada



Nota. Elaboración propia

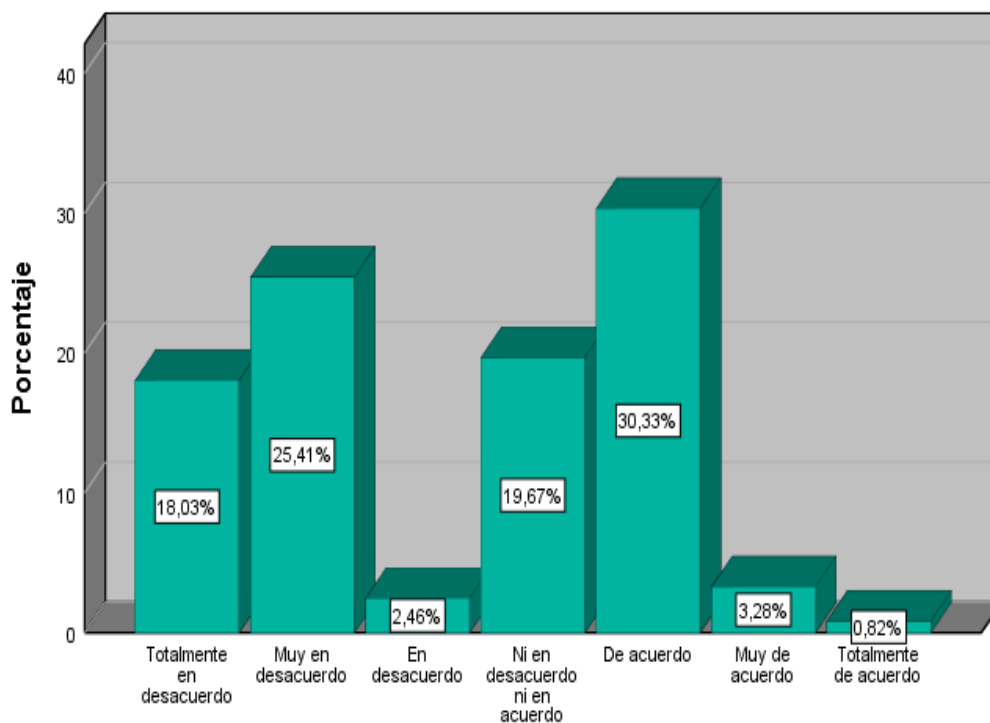
Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 33.61% de los encuestados mencionaron haber estado de acuerdo en que en el hotel Imperial el personal brinde una atención adecuada y personalizada, el 27.05% reportó muy en desacuerdo, el 16.39% señaló totalmente en desacuerdo, y el 0.82% mencionó totalmente de acuerdo. Estos resultados indican que, en general, menos del 50% de los huéspedes perciben que en el hotel Imperial la atención por parte del personal no es completamente personalizada, lo cual no contribuye adecuadamente a la satisfacción de los huéspedes.

Figura 54*Preocupación por los clientes por parte del personal**Nota.* Elaboración propia**Interpretación y análisis**

En la figura anterior se muestra que el 27.87% de los encuestados mencionaron haber estado de acuerdo en que en el hotel Imperial el personal se preocupa por los intereses de los huéspedes, el 27.87% reportó muy en desacuerdo, el 20.49% señaló totalmente en desacuerdo, y el 0.82% mencionó totalmente de acuerdo. Estos resultados indican que, en general, menos del 50% de los huéspedes perciben que en el hotel Imperial el personal muestra preocupación por los intereses y necesidades de los huéspedes, lo cual no contribuye adecuadamente a la satisfacción de los mismos.

Figura 55
Comprensión de las necesidades de los clientes



Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis

En la figura anterior se muestra que el 30.33% de los encuestados mencionaron haber estado de acuerdo en que en el hotel Imperial el personal comprende las necesidades específicas, el 25.41% reportó muy en desacuerdo, el 18.03% señaló totalmente en desacuerdo, y el 0.82% mencionó totalmente de acuerdo. Estos resultados indican que, en general, más del 50% de los huéspedes perciben que en el hotel Imperial el personal no comprende adecuadamente las necesidades específicas, lo cual no contribuye a la satisfacción de los huéspedes.

5.4. Prueba de normalidad

Tabla 46
Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Gestión de calidad de servicio basada en ISO 9001	,106	122	,002
Satisfacción de los huéspedes	,144	122	,000

En la tabla anterior se observa que, con un nivel de confianza del 95%, la prueba de Kolmogorov-Smirnov indica que los datos de las variables gestión de la calidad y satisfacción de los huéspedes no siguen una distribución normal. Por lo tanto, el análisis de correlación entre ambas variables se realiza utilizando el enfoque de Rho de Spearman que considera los siguientes criterios de valoración.

Tabla 47
Criterios de valoración de prueba de correlación Rho de Spearman

Valor de rho	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Nota. Extraído de Martínez y Campos (2015). <https://acortar.link/Ofro0h>

5.5. Pruebas de hipótesis

5.5.1. Prueba hipótesis general

Tabla 48

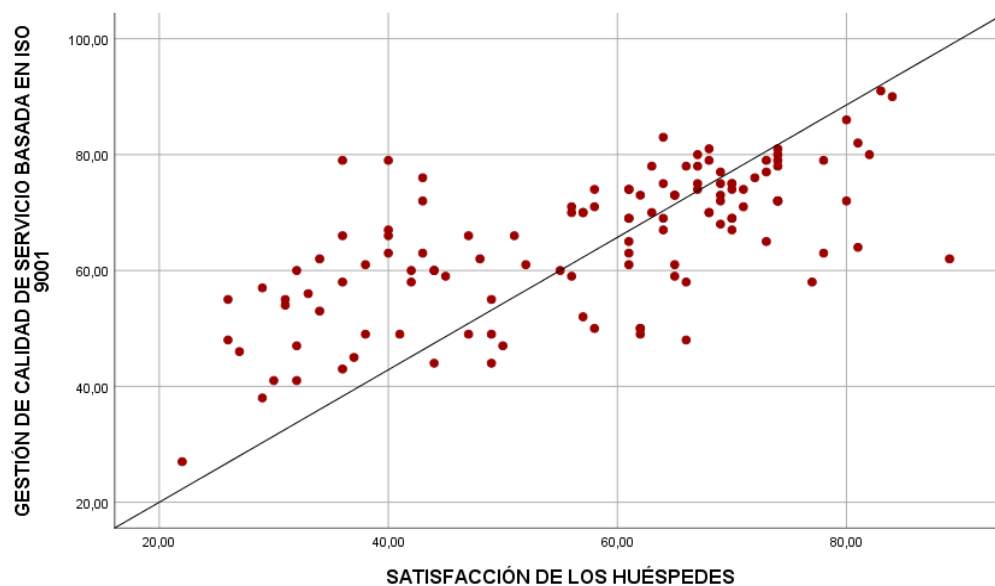
Correlación entre la gestión de la calidad bajo ISO 9001 y satisfacción de los huéspedes

			Gestión de calidad en ISO 9001	Satisfacción de los huéspedes
Rho de Spearman	Gestión de calidad en ISO 9001	Coefficiente de correlación	1,000	.660**
		Sig. (bilateral)	.	.000
	N		122	122
	Satisfacción de los huéspedes	Coefficiente de correlación	.660**	1,000
Sig. (bilateral)		.000	.	
N		122	122	

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

Figura 56

Dispersión entre gestión de calidad de servicio en ISO 9011 y la satisfacción



La tabla y la figura anteriores muestran que, con un nivel de confianza del 95%, la prueba de Rho de Spearman revela una correlación moderada y positiva (coeficiente de 0.66) entre la gestión de calidad bajo ISO 9001 y la satisfacción de los huéspedes, que se observa en los puntos dispersión que se agrupan en una dirección ascendente respecto a una línea de tendencia de

pendiente positiva, pero que también reflejan variaciones o distanciamiento moderados respecto a su agrupamiento; por lo tanto, un mejor contexto organizacional, indicadores de eficiencia operativa superiores, evaluaciones de desempeño más altas y una mejor planificación se relacionan aumenta la satisfacción de los huéspedes.

5.5.2. Prueba hipótesis específica 1

Tabla 49

Correlación entre contexto organizacional y la satisfacción de los huéspedes

		Contexto Organizacional	Satisfacción de los huéspedes
Rho de Spearman	Contexto Organizacional	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,639**
		N	,000
	Satisfacción de los huéspedes	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,639**
		N	,000

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

Figura 57

Diagrama de dispersión entre el contexto organizacional y la satisfacción de huéspedes



En la tabla y figura anteriores se muestra que, con un nivel de confianza del 95%, la prueba de Rho de Spearman revela que la dimensión de contexto organizacional en la gestión de calidad bajo ISO 9001 se correlaciona de manera moderada y positiva con la satisfacción de los huéspedes, con un coeficiente de 0.639, que se observa en los puntos dispersión que se agrupan en una

dirección ascendente respecto a la línea de tendencia de pendiente positiva y que también reflejan variaciones moderadas respecto a su agrupamiento; por lo tanto, una mejor comunicación sobre el funcionamiento del hotel, una mayor establecimiento de criterios de gestión de procedimientos, una mayor consideración de las necesidades y expectativas, y un mayor compromiso con los servicios se relacionan moderadamente y de manera positiva con el aumento de la satisfacción.

5.5.3. Prueba hipótesis específica 2

Tabla 50

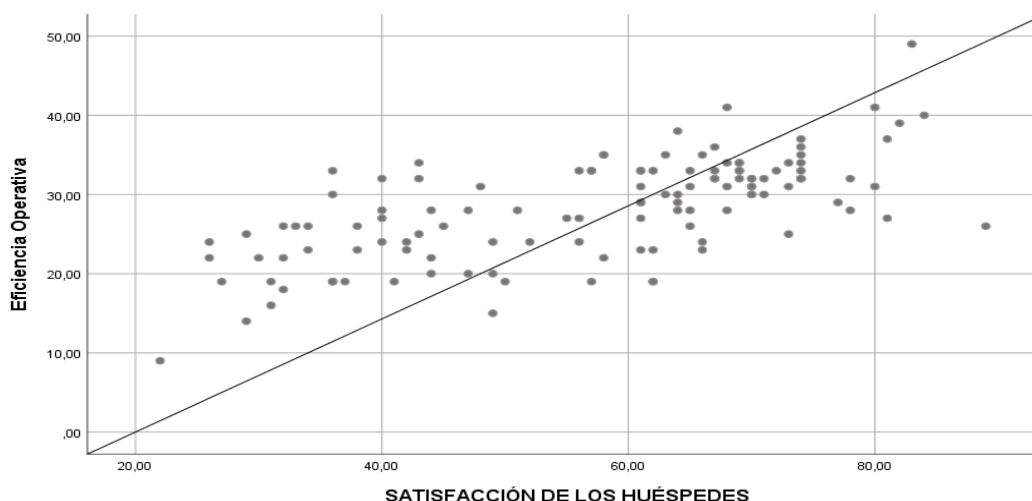
Correlación entre la dimensión eficiencia operativa y la satisfacción de los huéspedes

			Eficiencia operativa	Satisfacción de los huéspedes
Rho de Spearman	Eficiencia operativa	Coefficiente de correlación	1,000	.640**
		Sig. (bilateral)	.	.000
	Satisfacción de los huéspedes	Coefficiente de correlación	.640**	1,000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	122	122

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

Figura 58

Diagrama de dispersión entre la eficiencia operativa y la satisfacción de huéspedes



En la tabla y figura anteriores se muestra que, con un nivel de confianza del 95%, la prueba de Rho de Spearman revela que la dimensión de eficiencia operativa en la gestión de calidad bajo

ISO 9001 se correlaciona de manera moderada y positiva con la satisfacción de los huéspedes, con un coeficiente de 0.640; que una vez más se observa en los puntos dispersión que se agrupan en dirección ascendente respecto a la línea de tendencia de pendiente positiva y que reflejan variaciones moderadas respecto a su agrupamiento; por lo tanto, mayores recursos generales y humanos, mejor infraestructura, mejor información sobre productos y servicios, mayor seguimiento de los servicios y mejores competencias del hotel se relacionan moderadamente con incrementos en la satisfacción de los huéspedes.

5.5.4. Prueba hipótesis específica 3

Tabla 51

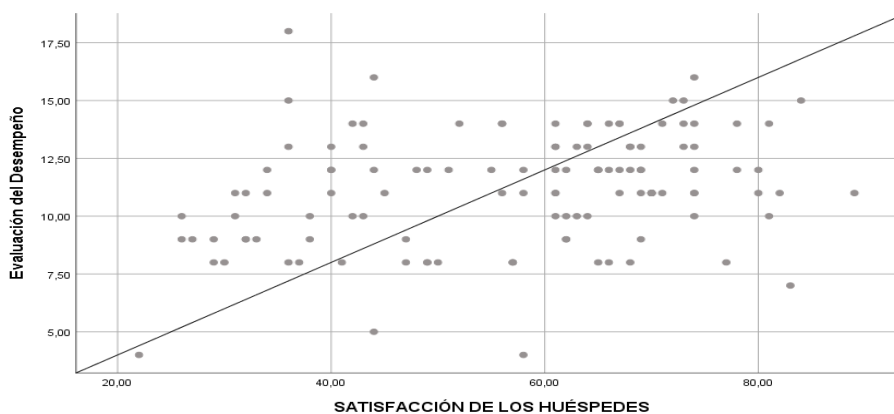
Correlación entre evaluación del desempeño y la satisfacción de los huéspedes

			Evaluación del desempeño	Satisfacción de los huéspedes
Rho de Spearman	Evaluación del desempeño	Coeficiente de correlación	1,000	.286**
		Sig. (bilateral)	.	.001
		N	122	122
	Satisfacción de los huéspedes	Coeficiente de correlación	.286**	1,000
		Sig. (bilateral)	.001	.
		N	122	122

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

Figura 59

Diagrama de dispersión entre la evaluación de desempeño y la satisfacción de huéspedes



En la tabla y figura anteriores se muestra que, con un nivel de confianza del 95%, la prueba de Rho de Spearman indica que la dimensión de evaluación del desempeño en la gestión de calidad

bajo ISO 9001 se correlaciona de manera débil y positiva con la satisfacción de los huéspedes, con un coeficiente de 0.286; lo que se observa en el gráfico de dispersión mostrado anteriormente; por lo tanto, mayores acciones de control, medición y evaluación, un liderazgo más fuerte por parte de la dirección del hotel, y revisiones periódicas más frecuentes para la mejora continua se asocian de manera leve y positiva con incrementos en la satisfacción de los huéspedes.

5.5.5. Prueba hipótesis específica 4

Tabla 52

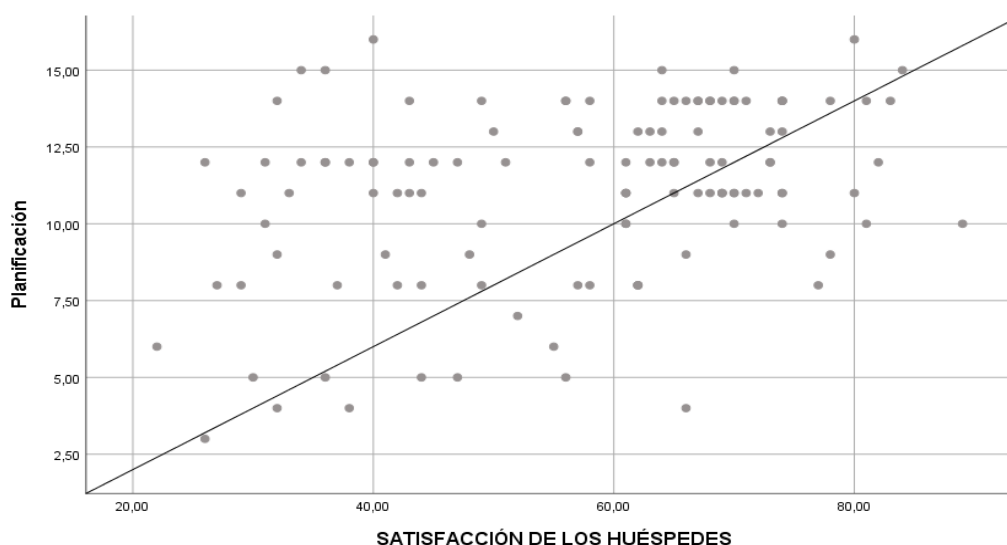
Correlación entre la dimensión planificación y la satisfacción de huéspedes

		Planificación	Satisfacción de los huéspedes
Rho de Spearman		Coeficiente de correlación	1,000
	Planificación	Sig. (bilateral)	.001
		N	122
	Satisfacción de los huéspedes	Coeficiente de correlación	.303**
		Sig. (bilateral)	.001
		N	122

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

Figura 60

Diagrama de dispersión de la planificación y la satisfacción de huéspedes



En la tabla y figura anteriores se muestra que, con un nivel de confianza del 95%, la prueba de Rho de Spearman indica que la dimensión de planificación en la gestión de calidad bajo ISO 9001 se correlaciona de manera débil y positiva con la satisfacción de los huéspedes, con un coeficiente de 0.303, lo que se observa en el gráfico de dispersión mostrado anteriormente; por lo tanto, mayores acciones efectivas para abordar los riesgos y oportunidades que puedan afectar a los huéspedes, una mejor planificación de los objetivos de calidad y una mayor identificación de las necesidades de cambio se asocian de manera leve y positiva con el aumento en la satisfacción de los huéspedes.

5.6. Discusión de resultados

La investigación se centró en determinar la relación entre la calidad del servicio basada en ISO 9001 y la satisfacción de los huéspedes del hotel Imperial; para ello, se estableció una correlación de Rho de Spearman entre ambas variables, que arrojó un coeficiente de 0.66, estadísticamente significativo. Esto indica que una mejor gestión de la calidad se relaciona con niveles más altos de satisfacción; además, se determinó que el 79.51% de los encuestados percibieron la gestión de la calidad bajo ISO 9001 como regular, mientras que para la variable de satisfacción, el 63.93% la percibió como medianamente satisfactoria. Estos resultados son similares a los encontrados por Carrasco (2022) en un hotel tres estrellas, donde el 46.34% de los encuestados reportaron satisfacción moderada, explicada principalmente por la organización y el personal. En comparación con Astete y Ortega (2020), quienes encontraron que la gestión de la calidad fue moderada en un 30.45%, la presente investigación muestra un porcentaje mayor en el nivel regular; este hallazgo evidencia que las dimensiones de contexto organizacional, eficiencia operativa, evaluación de desempeño y planificación se perciben generalmente como regulares.

Además, la investigación proporciona un diagnóstico para comprender los indicadores que afectan la gestión de la calidad, como lo menciona Moreano (2019), quien destacó en base a entrevistas con la dirección de un hotel la importancia de diversificar los servicios y proyectarse a largo plazo con un plan estratégico. De manera similar, López (2021) añade que otro factor crucial para mejorar la gestión de la calidad es la disposición del personal para ayudar, lo que contribuye a una mejor calidad del servicio. En esta investigación, se encontró que los huéspedes perciben como inadecuadas las competencias del personal, lo que subraya la necesidad de mejorar las habilidades y conocimientos de los colaboradores.

Respecto al primer objetivo específico, el estudio estableció una correlación positiva moderada entre el contexto organizacional y la satisfacción de los huéspedes, con un coeficiente de Rho de Spearman de 0.63, estadísticamente significativo. Esto indica que un mejor contexto organizacional se relaciona con una mayor satisfacción de los huéspedes. Además, se determinó que el 77.87% de los encuestados calificaron al contexto organizacional como regular y el 4.10% como bueno. Estos hallazgos concuerdan con los de Carrasco (2022), quien encontró que en un hotel de tres estrellas, el 63.41% de los encuestados percibió la dimensión organización como regular. Esto se explica por el compromiso moderado del hotel con la mejora continua y la falta de criterios claros para la gestión de procedimientos. Además, Ulloa (2020) sugiere que mejorar el contexto organizacional requiere tener documentación adecuada para el diagnóstico situacional y la estructura documentada de la gestión de la calidad; en este sentido, la presente investigación encontró que más del 50% de los encuestados perciben que el Hotel Imperial no presenta criterios claros para la gestión de procedimientos de manera adecuada.

En relación al segundo objetivo específico, se estableció una correlación positiva y moderada entre la eficiencia operativa y la satisfacción de los huéspedes, con un coeficiente de

Rho de Spearman de 0.64, estadísticamente significativo. Esto indica que mejoras en la eficiencia operativa están asociadas con incrementos en la satisfacción. Además, la investigación determinó que el 72.95% de los encuestados percibieron la eficiencia operativa como regular, mientras que el 3.28% la percibió como buena. Estos resultados son consistentes con los hallazgos de Astete y Ortega (2020), quienes encontraron que el cumplimiento de la eficiencia en las operaciones alcanzó el 75%, impulsado por el control de procesos y la entrega oportuna de productos. Por otra parte, Valdivia (2023) argumentó que la eficiencia operativa requiere disponibilidad de materiales adecuados, abastecimiento constante de insumos y revisión continua de las instalaciones. En este estudio, se encontró que el 33.61% de los encuestados percibió que el establecimiento cuenta con infraestructura adecuada, una cifra que no supera la mitad de la muestra, destacando la importancia de realizar seguimientos periódicos de los ambientes e instalaciones del hotel; además, Rosales (2018) y Béjar (2021) han afirmado que la implementación del sistema de gestión de calidad ISO 9001 contribuye a mejorar los procesos y el funcionamiento del establecimiento, así como la satisfacción de los huéspedes. Sin embargo, el estudio reveló que solo el 24.59% de los encuestados percibió que el hotel realiza seguimientos y mediciones eficaces de los servicios y operaciones, lo cual sugiere la necesidad de fortalecer las competencias del personal en este aspecto.

En relación al tercer objetivo, se estableció una correlación positiva y débil entre la evaluación del desempeño y la satisfacción de los huéspedes, con un coeficiente de Rho de Spearman de 0.28, estadísticamente significativo. El estudio reveló que el 77.87% de los encuestados percibieron la dimensión de evaluación del desempeño como regular, mientras que el 5.74% la consideró buena. Estos resultados son similares a los hallazgos de Carrasco (2020), quien encontró que el nivel moderado de evaluación del personal alcanzó el 60.98% en un hotel de tres

estrellas. Esta comparación sugiere que el hotel Imperial carece de mecanismos completos para el control, seguimiento y análisis del desempeño, y que el liderazgo no muestra un compromiso total hacia la prestación de un servicio de calidad. Jo (2021) destaca la importancia de considerar esta dimensión dentro de la gestión de la calidad para mejorar la satisfacción de los clientes, debido a su impacto en el rendimiento del personal mediante capacitaciones; sin embargo, la presente investigación encontró que solo el 29.51% de los huéspedes percibieron que el hotel realiza un seguimiento, medición y análisis adecuados del desempeño de su personal, lo que indica la necesidad de mejorar este indicador; además, Arzubialde (2020) mencionó que esta dimensión es crucial para proporcionar una mejor calidez a los huéspedes. En este estudio, el 35.25% de los encuestados percibieron un compromiso adecuado del personal, un valor que no es suficiente para mantener un liderazgo y funcionamiento óptimos.

En cuanto al cuarto objetivo específico, se estableció una correlación positiva y débil entre la planificación y la satisfacción de los huéspedes, con un coeficiente de Rho de Spearman de 0.303, estadísticamente significativo; además, se determinó que el 74.59% de los encuestados percibieron la dimensión de planificación como regular, mientras que el 5.74% la consideró buena. Estos hallazgos contrastan con el estudio de Astete y Ortega (2020), quienes encontraron que solo el 16.30% cumplía con la planificación y que esta solo estaba presente como una idea en el 7.41% de los casos. La explicación radica en que el establecimiento aborda de manera superficial las acciones para manejar los riesgos y oportunidades que pueden afectar a los huéspedes, así como en la falta de una adecuada planificación de los objetivos de calidad. Del Castillo (2019) señaló que mejorar la gestión de la calidad requiere planificar un servicio integral con todos sus componentes. En este estudio, el 31.15% de los encuestados percibieron que el hotel realiza acciones para abordar los riesgos y oportunidades en el servicio de alojamiento, y el 30.33%

percibió que el establecimiento planifica adecuadamente sus objetivos y servicios; estos valores no son suficientes, por lo que se requiere un plan a largo plazo para mejorar estos aspectos.

Acorde a lo mencionado se concluye que en el Hotel Imperial existe una correlación moderada y positiva entre la gestión de calidad basada en ISO 9001 y la satisfacción de los huéspedes. Aunque la mayoría de los encuestados perciben la gestión de calidad como "regular", destacan áreas específicas como la eficiencia operativa y la planificación que necesitan mejoras significativas. Estos hallazgos coinciden en parte con estudios previos, pero subrayan la necesidad urgente de fortalecer las competencias del personal, mejorar la infraestructura y optimizar los procesos de evaluación y planificación para elevar los estándares de satisfacción de los huéspedes.

CONCLUSIONES

1. Se encontró una correlación positiva y moderada entre la gestión de calidad bajo la norma ISO 9001 y la satisfacción de los huéspedes del Hotel Imperial, con un coeficiente significativo de 0.66. Además, se determinó que el 79.51% de los encuestados percibieron la gestión de calidad como regular, mientras que este nivel se asoció con una satisfacción mediana de los huéspedes del 63.93%.
2. Se determinó una correlación positiva y moderada entre el contexto organizacional y la satisfacción de los huéspedes del Hotel Imperial, con un coeficiente significativo de 0.63; además, el 77.87% de los encuestados percibieron que el contexto organizacional es regular.
3. Se estableció una correlación positiva y moderada entre la eficiencia operativa y la satisfacción de los huéspedes del Hotel Imperial, con un coeficiente significativo de 0.64; por otro lado, el 72.95% de los encuestados percibieron la dimensión de eficiencia operativa como regular.
4. Se determinó una correlación positiva y débil entre la evaluación del desempeño y la satisfacción de los huéspedes del Hotel Imperial, con un coeficiente significativo de 0.28; por otra parte, el 77.87% de los encuestados percibieron la dimensión de evaluación del desempeño como regular.
5. Se estableció una relación positiva y débil entre la planificación y la satisfacción de los huéspedes del Hotel Imperial, con un coeficiente significativo de 0.303; además, el 74.59% de los encuestados percibieron la dimensión de planificación en un nivel regular.

RECOMENDACIONES

1. Al Gerente General del Hotel Imperial se recomienda mejorar la gestión de calidad mediante la implementación de un programa de capacitación integral dirigido a todo el personal, con énfasis en los gerentes y supervisores de las áreas operativas clave. Este programa debe incluir tanto la comprensión de los principios y requisitos de la norma ISO 9001 como su aplicación práctica en cada área del hotel; además, la capacitación debe centrarse en el desarrollo de habilidades en evaluación, asegurando que todos los empleados estén alineados con los objetivos de calidad y contribuyan activamente a la mejora de los procesos y servicios, garantizando así una experiencia de alta calidad para los huéspedes.
2. Al Gerente General del Hotel Imperial se recomienda implementar estrategias de gestión de calidad basadas en la norma ISO 9001, adaptadas al contexto organizacional del hotel; esta implementación debe considerar los procesos clave, las necesidades de los huéspedes y las capacidades internas del hotel, con el fin de garantizar una mejora integral del servicio. Es esencial que todas las áreas, desde la recepción hasta el servicio de limpieza y restauración, cumplan con los criterios establecidos por la norma, asegurando estándares de calidad consistentes en cada área; además, la dirección debe promover una cultura organizacional enfocada en la mejora continua, la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente, involucrando a todo el personal en cada etapa del proceso de implementación y seguimiento para asegurar el éxito y la sostenibilidad del sistema de gestión de calidad.
3. Al Gerente del Hotel Imperial se le recomienda gestionar la remodelación de los ambientes del establecimiento para mejorar su atractivo e imagen, lo que contribuirá a optimizar la experiencia del huésped; además, es fundamental implementar un programa de mantenimiento preventivo y continuo para garantizar el buen estado de las instalaciones, evitando posibles

interrupciones operativas que puedan afectar la calidad del servicio de alojamiento. Estas acciones no solo mejorarán la eficiencia operativa al reducir tiempos de inactividad y costos, sino que también fortalecerán la percepción de calidad del hotel entre los huéspedes, asegurando una operación más fluida y eficiente.

4. Al Gerente General del Hotel Imperial diseñar un mecanismo de control, medición y seguimiento de las acciones de sus colaboradores, con el fin de identificar los factores que inciden en la satisfacción de los huéspedes; este sistema permitirá realizar un análisis continuo del desempeño del personal, optimizar los procesos internos y mejorar la calidad del servicio brindado, asegurando que las expectativas de los huéspedes se cumplan de manera efectiva y consistente.
5. Al Gerente General del Hotel Imperial se recomienda establecer objetivos claros y alcanzables, teniendo en cuenta los aspectos cambiantes del entorno; en este sentido, es importante que se realice un análisis de riesgos y oportunidades para cada temporada de afluencia de turistas, lo que permitirá identificar posibles desafíos y áreas de mejora. Esta planificación estratégica no solo facilitará la adaptación a las fluctuaciones del mercado, sino que también optimizará la gestión de recursos y garantizará una experiencia de calidad para los huéspedes en todo momento.

BIBLIOGRAFÍA

- Aeronoticias . (8 de Agosto de 2012). Hotel Monasterio y Machu Picchu Sanctuary Lodge alcanzan certificación internacional de calidad . *Hoteleria* .
- Alonso , L., Moya , C., Vera , M., & Corral , J. (2020). Vínculo universidad – empresa: vía para la formación profesional del estudiante. *Espacios*, 41(13), 1-14.
<https://www.revistaespacios.com/a20v41n13/a20v41n13p14.pdf>
- Arzubialde , K. (2020). *Calidad de servicios en hospedajes de tres estrellas y su influencia en la satisfacción del turista sector Wanchaq – Cusco - 2018*. Cusco: [Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Turismo, Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco].
https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/5676/253T20200373_T C.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Astete , A., & Ortega , C. (2020). *Diseño de un sistema de gestión de calidad centrada en la Norma ISO 9001 – 2015, para mejorar la calidad de servicio al cliente en el Hospedaje Inti Raymi – Cusco 2019*. Cusco: [Tesis para optar el Título Profesional de Ingeniero Industrial, Universidad Andina del Cusco].
https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/3689/Andre_Christian_Tesis_bachiller_2020.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Ávila, M., & Morales, M. (2019). Innovación de proceso y de gestión en un sistema de gestión de la calidad para una industria de servicios. *Revista Chilena de Economía y Sociedad*, 1(1), 37-56. <https://rches.utem.cl/wp-content/uploads/sites/8/2019/07/revista-CHES-vol13-n1-2019-Avila-Alfonso.pdf>

- Barrios , D., & Barrios , J. (2023). *Propuesta de Implementación de un Sistema de Gestión de Calidad con forme a la Norma ISO 9001:2015, para el Hotel Castillo Real*. Bucaramanga: [Trabajo de Grado para optar al título de Tecnología en Gestión Empresarial, nidades Tecnológicas de Santander].
<http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/handle/123456789/12762>
- Béjar, I. (2021). *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios del servicio de transporte público de pasajeros interprovincial de la ciudad de Challhuahuacho, Provincia de Cotabambas, 2019*. Abancay: Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac.
https://repositorio.unamba.edu.pe/bitstream/handle/UNAMBA/1099/T_728.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bento, P., Murta, L., & Sáez, J. (2019). La calidad de los servicios de las empresas de turismo activo en Portugal. *Cuadernos de Turismo*, 1(44), 27–41.
<https://doi.org/https://doi.org/10.6018/turismo.44.404721>
- Benzaquen de las Casas, J. (2018). La ISO 9001 y la administración de la calidad total en las empresas peruanas. *Universdiad del Rosario* .
- Bertoli, H., Luisa, G., & Vázquez, R. (2023). Desafíos en la implementación del Sistema de Gestión de Calidad con la Norma ISO 9001 en las MiPymes Industriales de la Ciudad del Pilar. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 4985-5005.
https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7598
- Betloch, I., Ramón, R., Abellán, C., & Pascual, J. (2019). Implantación y desarrollo de un sistema integrado de gestión de calidad según la norma ISO 9001:2015 en un Servicio de Dermatología. *Actas Dermo-Sifiliográficas*, 110(2), 92-101.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ad.2018.08.003>

- Betz, F. (2011). *Managing Technological Innovation: Competitive Advantage from Change*. John Wiley and Sons Inc.
- Blanco , P. (2019). *Atención al cliente y calidad en el servicio*. Málaga: IC editorial .
- Bustamante, M., Lapo, M., & Tello, M. (2022). Modelamiento estructural de la calidad de servicio en atención primaria de salud del Guayas, Ecuador. *Información tecnológica*, 33(4), 171-180. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642022000400171>
- Bustamante, M., Zerda, E., Obando, F., & Tello, M. (2019). Fundamentos de la calidad de servicio, el modelo SERVQUAL. *Revista empresarial*, 1-15. <https://doi.org/https://doi.org/10.23878/empr.v13i2.001>
- Bustamante, M., Zerda, E., Obando, F., & Tello, M. (2020). Desde las expectativas a la percepción de calidad de servicios en salud en Guayas, Ecuador. *Información tecnológica*, 31(1), 161-170. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000100161>.
- Cano, C. (2017). *La administración y el proceso administrativo*. Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano .
- Carrasco, L. (2022). *Calidad de servicio en dos hoteles tres estrellas del distrito de Andahuaylas*, 2022. Callao: Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/100514/Carrasco_JLA-SD.pdf?sequence=4
- Carreño, G. (2022). *Gestión por procesos y su incidencia en la eficiencia operativa en los procesos productivos de una empresa de empaques, periodo 2020-2021*. Lima: Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/84751/Carre%F1o_LGR-SD.pdf?sequence=8

- Carriel, R., Barros, C., & Fernandez, F. (2018). Sistema de gestión y control de la calidad: Norma ISO 9001:2015. *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, 2(1), 625-644. <https://doi.org/10.26820/recimundo/2.1.2018.625-644>
- Cervantes, C., Lara, H., & Gómez, G. (2021). Empatía y calidad de servicio "Papel clave en las emociones positivas en equipos de trabajo". *Digital Publisher*, 6(6), 147-158. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8292893.pdf>
- Chiavanato, L. (2001). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría de la administración*. México: McGraw-Hill Interamericana. https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15525/mod_resource/content/0/Chiavenato%20dalverto.%20Introducci%C3%B3n%20a%20la%20teor%C3%ADa%20general%20de%20la%20Administraci%C3%B3n.pdf
- Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la teoría general de la administración*. McGraw-Hill/Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Choca, I., López, K., & Freire, F. (2018). Marketing relacional para fidelizar a los clientes de Baratodo S.A. en la ciudad de Guayaquil. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 1-10. <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/01/marketing-relacional-baratodosa.html>
- Contreras, E. (2021). La medición de la calidad del servicio en destinos turísticos: una revisión desde Colombia. *Innovar*, 31(81), 35-48. <https://doi.org/https://doi.org/10.15446/innovar.v31n81.95571>
- Contreras, J., Camacho, M., & Segura, L. (2019). Evaluación de la calidad en el servicio mediante el Modelo SERVQUAL a una microempresa Chocolatera. *Revista de Desarrollo*

- Sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación RILCO(1)*, 1-14.
<https://www.eumed.net/rev/rilcoDS/01/modelo-servqual.html>
- COPE. (19 de febrero de 2021). *COPE*. El Hotel Santo Tomás, de Menorca, entre los 100 mejores hoteles del mundo según los clientes de TUI: https://www.cope.es/emisoras/illes-balears/baleares/menorca/noticias/hotel-santo-tomas-menorca-entre-los-100-mejores-hoteles-del-mundo-segun-los-clientes-tui-20210219_1149790
- Corrales, A. (2016). *Implantación de un sistema de gestión de la calidad según ISO 9001 en empresa de certificación en ensayos no destructivos*. Madrid: Universidad Politécnica de Madrid .
- Crispín , J., Torero , N., & Martel , C. (2020). Calidad del servicio y satisfacción del cliente de los bancos privados. *Desafíos*, 11(2), 156–164.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37711/desafios.2020.11.2.212>
- Cruz, F., López, A., & Ruiz, C. (2017). Sistema de Gestión ISO 9001-2015: Técnicas y Herramientas de Ingeniería de Calidad para su Implementación. *Revista Ingeniería, Investigación y Desarrollo*, 17(1), 59-69.
https://www.researchgate.net/publication/315876051_Sistema_de_gestion_ISO_9001-2015_Tecnicas_y_herramientas_de_ingenieria_de_calidad_para_su_implementation
- Del Carmen, M., & Robles, P. (2015). La validación por juicio de expertos: dos investigaciones cualitativas en Lingüística aplicada. *Revista Nebrija*.
- Del Castillo, J. (2019). *El sistema integrado de gestión de calidad 9001-2015 y la satisfacción del pasajero en el tren Vistadome en la ruta Ollantaytambo – Machupicchu año 2019*. Cusco: [Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Turismo, Universidad Andina del Cusco]. <https://repositorio.uandina.edu.pe/handle/20.500.12557/3488>

- Demuner , M., Becerril , O., & Ibarra , M. (2018). Capacidad de respuesta y capacidad de absorción. Estudio de empresas manufactureras en México. *Nóesis. Revista de ciencias sociales*, 27(53), 61-77. <https://doi.org/https://doi.org/10.20983/noesis.2018.4.4>
- Demuner, M., Saavedra, M., & Ibarra, M. (2021). Influence of absorption capacity on response capacity in small mexican manufacturing companies. *Tec Empresarial*, 15(2), 34–49. <https://doi.org/https://doi.org/10.18845/te.v15i1.5658>
- Diaz , G., & Salazar , D. (2021). La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial. *Podium*, 39, 19-36. <https://doi.org/https://doi.org/10.31095/podium.2021.39.2>
- Diaz, G., & Salazar, D. (s.f.). La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial. *Podium*.
- Expreso A.F. (25 de enero de 2024). *Expreso* . H10 Hotels recibe la certificación internacional ISO 9001:2015: https://www.expreso.info/noticias/hoteles/62560_h10_hotels_recibe_la_certificacion_internacional_iso_90012015
- Fayol, H. (1971). *Administración industrial y general*. Editorial Herrero Hermanos, S.A.
- Flores, F., Ramos, P., Ramos, F., & Ramos, A. (2019). Gestión de Innovación tecnológica y globalización como factores impulsores de la calidad de servicio y competitividad. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(88), 1-13. <https://www.redalyc.org/journal/290/29062051014/29062051014.pdf>
- Fuentes, L. (2021). La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. Caso de estudio hacienda turística rancho emilio'os Alausí. *Revista*

científica dominio de las ciencias, 1430-1446.

<http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2179>

García, A., Moyano, J., & Guamán, Á. (2018). Gestión organizacional en la satisfacción al cliente en el sector hotelero en Baños de Agua Santa. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 1(1), 1-14. <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/03/cliente-sector-hotelero.html>

George , Q., Gámez , Y., Matos , L., González , R., Labori , R., & Guevara , S. (2021). Eficacia, efectividad, eficiencia y equidad en relación con la calidad en los servicios de salud. *Infodir*, 17(35), 1-27. <https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen.cgi?IDARTICULO=106900>

Gonzáles, L. (2015). *Proceso Administrativo*. Grupo Editorial Patria .

Guatzoón , M., Canto , A., & Pereyra , A. (2020). Calidad en el servicio en micronegocios del sector artesanal de madera en una comisaría de Mérida, México. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 28(1), 120-132. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052020000100120>.

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mexico: McGraw-Hill.

ISO Tools. (23 de septiembre de 2015). *Norma ISO 9001*. ¿Qué es la ISO 9001?: <https://www.isotools.us/normas/calidad/iso-9001/#1608132521160-18c8e38d-41e91435-010d>

Iván, S., Jiménez, W., Santamaría, E., & Villalba, R. (2019). Calidad en el servicio como herramienta de planificación en las empresas del sector terciario. *Revista de ciencias sociales*, 25(2), 83-95. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7025994>

- Izquierdo , J. (2021). La calidad de servicio en la administración pública. *Horizonte empresarial*, 8(1), 425–437. <https://doi.org/https://doi.org/10.26495/rce.v8i1.1648>
- Jemes , I., Romero, R., Labajos , M., & Moreno , N. (2019). Evaluación de la calidad de servicio en Atención Temprana: revisión sistemática. *Anales de Pediatría*, 90(5), 301-309. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.anpedi.2018.04.014>
- Jo , A. (2021). *Análisis de los niveles de productividad y satisfacción al cliente mediante la implementación de un sistema de Gestión de la calidad conforme a la Norma ISO 9001:2015 en el hotel Colca Lodge S.A.* Arequipa: [Tesis para optar por el Título Profesional de Ingeniero Industrial, Universidad Católica de Santa María]. <https://repositorio.ucsm.edu.pe/handle/20.500.12920/10495>
- Levy, A., & Carrasco, J. (2020). Calidad y confiabilidad de los servicios eléctricos en América Latina. *Plicycommons*. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18235/0002366>
- Lizarazaburu, E. (2015). La gestión de la calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015. *Universidad & Empresa*, 33-54.
- López , A. (2021). *Calidad turística, sistema de gestión de calidad para la satisfacción del cliente en los hoteles del cantón Salinas.* La Libertad: [Tesis para la obtención del título de Magíster en Turismo, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5660>
- López , S. (2020). *Atención al cliente, consumidor y usuario* . Madrid : Ediciones Paraninfo .
- Malpartida , J., Tarmeño , L., & Olmos , D. (2021). Estudio sobre la calidad del servicio de atención al cliente a los pacientes del EsSalud. *Alpha Centauri*, 2(1), 43-51. <https://doi.org/https://doi.org/10.47422/ac.v2i1.28>

- Martelo, R., Villabona, N., & Bastidas, M. (2020). Factores que influyen en la lealtad del cliente en el comercio electrónico del turismo. *Desarrollo Gerencial*, 12(2), 1–24. <https://doi.org/https://doi.org/10.17081/dege.12.2.4076>
- Martín, M., & Díaz, E. (2016). *Fundamentos de dirección de operaciones en empresas de servicios*. Esic Editorial.
- Martínez, A., & Campos, W. (2015). Correlación entre actividades de Interacción Social Registradas con Nuevas Tecnologías y el grado de Aislamiento Social en los Adultos Mayores. *Revista Mexicana de Ingeniería Biomédica*, 181-191. https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.scielo.org.mx%2Fscielo.php%3Fscript%3Dsci_arttext%26pid%3DS0188-95322015000300004&psig=AOvVaw3TzwF2RRhC9uBe7pTpAS2I&ust=1732383980996000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CBQQjRxqFwoTCPiK1a-_8IkDF
- Medina , A., Nogueira , D., Hernández, A., & Comas , R. (2019). Procedimiento para la gestión por procesos: métodos y herramientas de apoyo. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 27(2), 328-342. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052019000200328>
- Mendoza, M. (2021). Descripción de estrategias para mejorar la calidad de información en órdenes de servicio energético. *Revista inventum*, 16(30), 91–102. <https://doi.org/https://doi.org/10.26620/uniminuto.inventum.16.30.2021.91-102>
- Mendoza, V., & Moreira, J. (2021). Procesos de Gestión Administrativa, un recorrido desde su origen. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación científico-técnica multidisciplinaria)*, 6(3), 608-620. <https://doi.org/https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i3.414>

- Monsalve, C., & 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 Escuela de Administración de Negocios*, 162-173.
- Moreno, L. (2019). *Propuesta de planificación para la implementación del sistema de gestión de calidad bajo la NTC ISO 9001 2015 en los procesos misionales para el hotel 1572 El Origen*. Tunjua: [Tesis de posgrado, Universidad Santo Tomás].
<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/23261/2019LinaMoreno.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Narváez, E. (2020). Servicio al cliente: desde una perspectiva del modelo SERVQUAL. *Digital Publisher*, 191-204.
- Narváez, E., Reinoso, C., & Castro, J. (2020). Servicio al cliente: Desde una perspectiva del modelo SERVQUAL. *Digital Publisher*, 191-204.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7898176.pdf>
- Oblitas, A. (2019). Análisis del nivel de satisfacción de los usuarios del transporte público (taxis) en la ciudad de Sucre. *Revista Investigación y Negocios*, 12(20), 149-171.
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2521-27372019000200012&script=sci_arttext
- Olguín, C., Ceballos, P., Guíñez, N., & Mansilla, K. (2019). Percepción de la calidad del servicio: una mirada desde la perspectiva del sector de la salud. *Encuentros*, 17(2), 74 - 83.
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/71819606/7289227-libre.pdf?1634082041=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPercepcion_de_la_Calidad_en_el_Sector_de.pdf&Expires=1706118330&Signature=eKGi9rx4pyIVK5QvGzinUZD23HOxQGuU99dLMu6OWCOzDJ~BR4Phpk

- Osorio, G., Martínez, G., & Saavedra, R. (2021). Rendimientos del capital humano en las microempresas de la frontera norte de México. *Frontera norte*, 33, 1-15.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33679/rfn.v1i1.2115>
- Pacheco , D., & Rodríguez , R. (2020). LAS Las Tic como estrategia competitiva en la gestión empresarial. *Enfoques*, 3(12), 286–298.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v3i12.72>
- Pacheco, C. (2021). *Modelo de gestión en la calidad de servicio mediante la normativa ISO 9001:2015 para el hostel Cafe Tiana*. Latunga: [Trabajo para la obtención del título de Magister en Administración de Empresas, Universidad Técnica de Cotopaxi].
<https://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/7655/1/MUTC-000944.pdf>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry. L. (1988). Servqual: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality. *J Retailing* 6:12-37.
- Pazmiño , V., Navas , M., & Romero , M. (2021). Reflexiones sobre los modelos de evaluación y análisis de calidad del servicio en el Sector Turístico. *Sigma*, 8(2), 85 - 96.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24133/sigma.v8i02.2562>
- Peñalver, J. (2023). La satisfacción de los huéspedes hoteleros, a la baja. *El informe 'Referencia Mundial sobre Opiniones de Hoteles para 2022'*. https://www.hosteltur.com/156260_la-satisfaccion-de-los-huespedes-hoteleros-a-la-baja.html
- Pérez , O. (2023). Exploración y explotación del conocimiento en la capacidad de respuesta empresarial de México. *Contaduría y Administración*, 68(4), 18-39.
www.cya.unam.mx/index.php/cya

- PERTUR. (2019). *Plan Estratégico Regional de Turismo 2019 - 2025*. MINCETUR.
<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2424371/PERTUR%20Apur%C3%ADmac%20.pdf>
- Quimi , D. (2019). Sistemas de calidad enfocado a las normas ISO 9001 y 21001: caso Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(1), 1-12. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202019000100279&script=sci_arttext
- Rodríguez, L., & Da Cunha, C. (2018). Impacts of Big Data Analytics and Absorptive Capacity on Sustainable Supply Chain Innovation: A Conceptual Framework. *Scientific Journal of Logistics*, 14(2), 151-161. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01757102/document>
- Romero , A., Alfonso , I., & Wong, L. (2020). Calidad del servicio y nivel de satisfacción en áreas de rehabilitación de centros de salud. *Revista Dilemas Contemporáneos*, 7(2), 1-15. <https://doi.org/https://doi.org/10.46377/dilemas.v32i1.2070>
- Rosales, M. (2018). *Sistema de gestión de la calidad para mejorar la satisfacción del cliente en la corporación Ariandina Sur, Andahuaylas, Apurimac, 2018*. Universidad Nacional Jose María Arguedas. https://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14168/413/Maxi_Alcides_Tesis_Bachiller_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Salas-Canales, H. (2021). Construcción de marcas verdes: Preocupación de las organizaciones por el cuidado y protección ambiental. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(3), 415-427. <https://doi.org/https://doi.org/10.31876/rsc.v27i3.36779>
- Sanagustín , V., Puyuelo , J., & Martínez , V. (2021). La fidelidad de los clientes según los maitres sector de la restauración: análisis sociológico del donescape de la experiencia antes y

- durante el COVID 19. *Cuadernos de Turismo*(48), 1–24.
<https://doi.org/https://orcid.org/0000-0001-6208-1318>
- Silva, J., Macías, B., Tello, E., & Delgado, E. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente un estudio de caso de una empresa comercial en México. *CienciaUAT*, 15(2), 85-101.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7781200>
- Silva, J., Macías, B., Tello, E., & Delgado, J. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *CienciaUAT*, 15(2), 85-101.
<https://doi.org/https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>
- Sirvent, S., Gisbert, V., & Pérez, E. (2017). Los 7 principios de gestión de la calidad en ISO 9001. *3C Empresa*, 1(1), 10-18.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2017.especial.10-18>
- Sotelo, J., Sosa, M., & Carreón, E. (2020). Validación del instrumento de evaluación de desempeño de un sistema de gestión de calidad en una institución de educación superior. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 10(20).
<https://doi.org/https://doi.org/10.23913/ride.v10i20.653>
- Tamayo, M., González, D., & Sosa, L. (2021). Aproximación al análisis de contexto de la organización en la calidad del servicio de alojamiento. *Revista Universidad y Sociedad*(13), 228-241.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202021000200228&script=sci_arttext&tlng=pt

- Terán , N., Gonzáles , J., Ramirez, R., & Palomino , G. (2021). Calidad de servicio en las organizaciones de Latinoamérica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(1), 1184-1197. https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i1.320
- Treviño, R., & Treviño, E. (2021). Análisis entre imagen de la tienda y satisfacción del cliente en tiendas minoristas transnacionales en el sector autoservicio. *Estudios Gerenciales*, 37(161), 556-565. <https://doi.org/https://doi.org/10.18046/j.estger.2021.161.4293>
- Ulloa, S., Javez, S., & Tello, L. (2020). Gestión de Calidad bajo ISO 9001:2015 para aumentar la satisfacción del Cliente en C.E.L Conache S.A.C,2020. *Journal of business and entrepreneurial studies*, 4(3), 1-11. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=573667939006>
- Valdivia, A. (2023). *Implementación de un sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001: 2015 para mejorar la satisfacción del cliente en Inversiones AFER SAC, Lima. Piura*: [Tesis para obtener el Título Profesional de Ingeniera Industria, Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/130904>
- Valle , F., Salazar , Y., & Ripa , I. (2020). Propuesta de un plan de calidad de servicio para las empresas de transporte público. *Revista de Investigación Transdisciplinaria en Educación, Empresa y Sociedad – ITEES*(158), 415- 502. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8081766>
- Vasquez , M., & Vázquez, J. (2021). Liderazgo y éxito organizacional con el modelo ISO 9001. *Project Design and Management*, 3(1), 89-112. <https://doi.org/https://doi.org/10.35992/pdm.v3i1.620>
- Vázquez, C., Nizandaya, A., & Montesinos, S. (2023). Caracterización de la norma ISO 9001:2015 a través de la mejora continua para su implementación en organizaciones con inteligencia

artificial. *Ingeniería Industrial*(45), 109-129.

https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/Ingenieria_industrial/article/download/6627/6619/

Veintimilla, J., Gómez , M., & Mora , N. (2020). Enfoque basado en la teoría para la mejora administrativa análisis del modelo y actividades en el desarrollo. *593 Digital Publisher CEIT*, 5(2), 44-55. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7383237>

Vélez , J., & Anchundia , A. (2022). Implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad en la empresa Asertia Comercial S.A. en base a la Norma ISO 9001:2015. *Revista Científica Sinapsis*, 2(21), 1-15. <https://doi.org/https://doi.org/10.37117/s.v2i21.680>

Vilca , C., Vilca , M., & Armas , M. (2021). Relación entre calidad de servicio y satisfacción de los clientes del Banco de la Nación, Perú. *SCIÉENDO*, 24(2), 103-108. <https://doi.org/https://doi.org/10.17268/sciendo.2021.011>

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de consistencia

Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variables	Indicadores	Metodología
¿Cómo se relaciona la gestión de calidad del servicio basado en ISO 9001 y la satisfacción de los huéspedes del hotel Imperial en la ciudad de Abancay, año 2023?	Determinar la relación entre la gestión de calidad del servicio basado en ISO 9001 y la satisfacción de los huéspedes del hotel Imperial en la ciudad de Abancay, año 2023.	La gestión de calidad del servicio basado en ISO 9001 se relaciona significativamente con la satisfacción de los huéspedes del hotel Imperial en la ciudad de Abancay, año 2023.	Independiente: Gestión de calidad del servicio basado en ISO 9001 (X) <u>Dimensiones:</u> x1: Contexto organizacional x2: Eficiencia Operativa x3: Evaluación del desempeño x4: Planificación	X1: - Compresión de la organización - Gestión de procedimientos - Compresión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas - Mejora continua X2 - Recursos (generalidades y personas) - Recursos (infraestructura) - Información de productos o servicios - Recursos (Seguimiento y medición) - Competencia - Toma de conciencia - Comunicación - Información documentada X3 - Seguimiento, medición, análisis y evaluación (generalidades y satisfacción del cliente) - Liderazgo y compromiso - Revisión por la dirección X4 - Acciones para abordar riesgos y oportunidades - Objetivos de la calidad y planificación para lograrlo - Planificación de los cambios	Tipo de Investigación: Básico Aplicado Nivel de Investigación: Correlacional Diseño de Investigación: No experimental trasversal Enfoque de Investigación: Cuantitativo Población La población estará constituida por los huéspedes del hotel imperial de la ciudad de Abancay de un mes del año 2023. Muestra: 122 huéspedes Técnicas e Instrumentos de recojo de datos: Técnica: Encuesta Observación Instrumentos: Cuestionario de encuesta Check List
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas			
¿En qué medida el contexto de la organizacional se relaciona con la satisfacción de los huéspedes del hotel Imperial en la ciudad de Abancay, año 2023?	Determinar la relación entre el contexto de organización y la satisfacción de los huéspedes del hotel Imperial en la ciudad de Abancay, año 2023.	Existe relación significativa entre el contexto organizacional y la satisfacción de los huéspedes del hotel Imperial en la ciudad de Abancay, año 2023.			
¿En qué medida la eficiencia operativa se relaciona con la satisfacción de los huéspedes del hotel Imperial en la ciudad de Abancay, año 2023?	Determinar la relación entre la eficiencia operativa y la satisfacción de los huéspedes del hotel Imperial en la ciudad de Abancay, año 2023.	Existe relación significativa entre la eficiencia operativa y la satisfacción de los huéspedes del hotel Imperial en la ciudad de Abancay, año 2023.			
¿En qué medida la evaluación del desempeño se relaciona con la satisfacción de los huéspedes del hotel Imperial en la ciudad de Abancay, año 2023?	Determinar la relación entre la evaluación del desempeño y la satisfacción de los huéspedes del hotel Imperial en la ciudad de Abancay, año 2023.	Existe relación significativa entre la evaluación del desempeño y la satisfacción de los huéspedes del hotel Imperial en la ciudad de Abancay, año 2023.			
¿En qué medida la planificación se relaciona con la satisfacción de los huéspedes del hotel Imperial en la ciudad de Abancay, año 2023?	Determinar la relación entre la planificación y la satisfacción de los huéspedes del hotel Imperial en la ciudad de Abancay, año 2023.	Existe relación significativa entre la planificación y la satisfacción de los huéspedes del hotel Imperial en la ciudad de Abancay, año 2023.	Dependiente: Satisfacción de los clientes (Y) <u>Dimensiones:</u> y1: Empatía y2: Seguridad y3: Elementos tangibles y4: Capacidad de Respuesta	Y1 - Atención individualizada - Horarios de trabajo convenientes para los clientes - Tienen empleados que ofrecen atención personalizada - Se preocupan por los clientes - Comprenden las necesidades de los clientes Y2	

				<ul style="list-style-type: none"> - Se presencia un comportamiento confiable por parte de los trabajadores o empleados - El cliente se siente seguro - Los empleados brindan amabilidad - Los empleados muestran conocimiento suficiente <p>Y3</p> <ul style="list-style-type: none"> - Instalaciones atractivas y en buen estado - Equipos que cumplen con su funcionalidad - Empleados con apariencia pulcra - Elementos materiales en buen estado y atractivos <p>Y4</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se mantiene una comunicación constante entre el cliente y los empleados - Se brinda una atención rápida y oportuna - Los empleados muestran disposición a ayudar - Se presencia un buen ambiente calmado en el establecimiento 	
--	--	--	--	--	--

Anexo 02: Instrumento 1: Cuestionario de la variable Gestión de Calidad basada en la norma ISO 9001

CUESTIONARIO PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DIRIGIDA A LOS HUÉSPEDES DEL HOTEL IMPERIAL

Estimado huésped, consideramos su opinión para proporcionarle la mejor experiencia posible durante su estancia. Su retroalimentación ayuda a identificar áreas de mejora y a mantener altos estándares de servicio y calidad. Por favor, tómese unos minutos para completar este cuestionario.

Marque con una X considerando los siguientes criterios:

1= Totalmente en desacuerdo, 2= Muy en desacuerdo, 3= En desacuerdo, 4= Ni en desacuerdo ni en acuerdo, 5= De acuerdo, 6= Muy de acuerdo, 7= Totalmente de acuerdo

Contexto organizacional		1	2	3	4	5	6	7
1	El personal del hotel "Imperial" comunica de manera sencilla cómo funciona la organización en general.							
2	Existen criterios claros para la gestión de los procedimientos en el hotel "Imperial"							
3	El sistema de gestión de calidad del hotel "Imperial" considera las necesidades y expectativas de los huéspedes							
4	El hotel "Imperial" está comprometido con la mejora continua de sus servicios y facilidades para sus huéspedes							
Eficiencia Operativa								
5	El hotel "Imperial" dispone adecuadamente de recursos tanto en términos generales como humanos para satisfacer tus necesidades como huésped							
6	La infraestructura del hotel "Imperial" es adecuada para proporcionarte una estancia cómoda y satisfactoria							
7	En el hotel existe un proceso para revisar y comunicar a los huéspedes la información de los productos y servicios							
8	El hotel "Imperial" lleva a cabo un seguimiento y medición eficaz de sus servicios para mejorar la experiencia del huésped							
9	El personal del hotel "Imperial" tiene la competencia necesaria para brindarte un servicio de calidad durante tu estadía							

10	El personal del hotel "Imperial" está consciente de tus necesidades y expectativas como huésped						
11	La comunicación entre el personal del hotel "Imperial" y los huéspedes es efectiva para resolver cualquier inquietud o solicitud						
12	El hotel "Imperial" proporciona la información necesaria de manera documentada para garantizar una estancia informada y satisfactoria						
Evaluación del desempeño							
13	El hotel cuenta con mecanismos de control, medición, seguimiento y análisis para la evaluación de la satisfacción de sus huéspedes						
14	Observas un liderazgo sólido y un compromiso evidente por parte de la dirección del hotel "Imperial" para brindar un servicio de calidad a los huéspedes						
15	Considera que el hotel "Imperial" lleva a cabo revisiones periódicas por parte de la dirección para mejorar continuamente sus servicios y adaptarse a las necesidades cambiantes de los huéspedes						
Planificación							
13	El hotel "Imperial" toma acciones efectivas para abordar tanto los riesgos como las oportunidades que pueden afectar tu experiencia como huésped						
14	Estás al tanto de los objetivos de calidad establecidos por el hotel "Imperial" y cree que se ha planificado adecuadamente para alcanzarlos y mejorar la calidad de tus servicios						
15	El hotel "Imperial" cuenta con un plan efectivo para identificar las necesidades de cambio y gestionar su implementación para mejorar la experiencia de los huéspedes						

Anexo 03: Instrumento 1: Cuestionario de la variable Satisfacción del Huésped

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS HUÉSPEDES DEL HOTEL “IMPERIAL”

En base a su experiencia como huésped del hotel “Imperial”, por favor indique hasta qué punto piensa usted las características descritas en los siguientes apartados, considerando:

1= Totalmente en desacuerdo, 2= Muy en desacuerdo, 3= En desacuerdo, 4= Ni en desacuerdo ni en acuerdo, 5= De acuerdo, 6= Muy de acuerdo, 7= Totalmente de acuerdo

Elementos tangibles		1	2	3	4	5	6	7
1	Las instalaciones del hotel “Imperial” son visualmente atractivas							
2	Los equipos del hotel “Imperial” son modernos							
3	La apariencia del personal del hotel “Imperial” es pulcra							
4	Los materiales e insumos que se emplean en el hotel “Imperial” son adecuados							
Capacidad de respuesta								
5	El personal del hotel “Imperial” informan con precisión a los huéspedes las implicancias de la realización del servicio							
6	El personal del hotel “Imperial” atienden con rapidez a los huéspedes							
7	El personal del hotel “Imperial” siempre está dispuesto a ayudar a los huéspedes							
8	El personal del hotel “Imperial” priorizan al huésped							
Seguridad								
9	La conducta del personal del hotel “Imperial” le transmite confianza							
10	Siente seguridad con las transacciones en el hotel “Imperial”							
11	El personal del hotel “Imperial” son siempre amables							
12	El personal del hotel “Imperial” cuentan con los conocimientos necesarios para contestar las dudas de los huéspedes							
Empatía								
13	El hotel “Imperial” brinda una atención individualizada							
14	El hotel “Imperial” cuenta con horarios de atención convenientes							
15	El personal del hotel “Imperial” brindan atención adecuada y personalizada							
16	El hotel “Imperial” se preocupa por los intereses de sus huéspedes							
17	El personal del hotel “Imperial” comprenden las necesidades específicas de los huéspedes							

Anexo 04: Juicio de expertos

ANEXO 4: FICHA DE VALIDACIÓN POR CRITERIO DE EXPERTOS

1. Datos Generales

- 1.1. Apellidos y nombres del Experto : VENERO VASQUEZ ANA MARIA
 1.2. Grado académico / mención : DR ADMINISTRACION
 1.3. N° DNI / Teléfono y/o celular : 23858088/974210203
 1.4. Cargo e institución donde labora : DOCENTE /UNSAAC
 1.5. Autor(es) del instrumento : CHARA LLOCLLE RUDY
 QUISPE CHOQUEMAQUI YHULDER FRANK
 1.6. Lugar y fecha : 21 DE MAYO DEL 2024

2. Aspectos de la Evaluación

Indicadores	Criterios	Deficiente	Aceptable	Bueno
		1	3	5
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.		X	
2. Objetividad	El instrumento está organizado y expresado en comportamientos observables.			X
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.		X	
4. Organización	Están distribuidos de manera ordenada y secuencial de acuerdo con las dimensiones.			X
5. Suficiencia	Comprende aspectos de las variables en cantidad y calidad suficiente.		X	X
6. Pertinencia	Permite conseguir información de acuerdo con los objetivos planteados.		X	
7. Consistencia	Pretende conseguir información basado en teorías			X
8. Coherencia	Entre variable, categorías y subcategorías.			X
9. Metodología	La estrategia responde al propósito de la investigación.			X
10. Aplicación	Los datos permiten un tratamiento estadístico adecuado y medible de acuerdo con las escalas establecidas.			X
Conteo total de marcas		A	B	C

$$\text{Coeficiente de validez} = \frac{1 \times A + 3 \times B + 5 \times C}{50} = \frac{0 + 3 + 5 \times 4}{50} = 0,34$$

3. Opinión de aplicabilidad

Intervalo	Categoría	
[0,20 – 0,40]	No válido, reformular	<input type="radio"/>
<0,41 – 0,60]	No válido, modificar	<input type="radio"/>
<0,61 – 0,80]	Válido, mejorar	<input type="radio"/>
<0,81 – 1,00]	Válido, aplicar	<input checked="" type="radio"/>

4. Recomendaciones


 Firma del Experto
 Dra. Ana María Venero Vásquez
 DNI. 23858088

ANEXO 4: FICHA DE VALIDACIÓN POR CRITERIO DE EXPERTOS

1. Datos Generales

- 1.1. Apellidos y nombres del Experto : ABARCA SANCHEZ YASSER
 1.2. Grado académico / mención : DR ADMINISTRACIÓN
 1.3. N° DNI / Teléfono y/o celular : 44857483/.....
 1.4. Cargo e institución donde labora : DOCENTE /UNSAAC
 1.5. Autor(es) del instrumento : CHARA LLOCLLE RUDY
 QUISPE CHOQUEMAQUI YHULDER FRANK
 1.6. Lugar y fecha : 21 DE MAYO DEL 2024

2. Aspectos de la Evaluación

Indicadores	Criterios	Deficiente	Aceptable	Bueno
		1	3	5
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.			X
2. Objetividad	El instrumento está organizado y expresado en comportamientos observables.		X	
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.		X	
4. Organización	Están distribuidos de manera ordenada y secuencial de acuerdo con las dimensiones.			X
5. Suficiencia	Comprende aspectos de las variables en cantidad y calidad suficiente.			X
6. Pertinencia	Permite conseguir información de acuerdo con los objetivos planteados.			X
7. Consistencia	Pretende conseguir información basado en teorías		X	
8. Coherencia	Entre variable, categorías y subcategorías.		X	
9. Metodología	La estrategia responde al propósito de la investigación.			X
10. Aplicación	Los datos permiten un tratamiento estadístico adecuado y medible de acuerdo con las escalas establecidas.			X
Conteo total de marcas		A	B	C

$$\text{Coeficiente de validez} = \frac{1 \times A + 3 \times B + 5 \times C}{50} = 0.84$$

3. Opinión de aplicabilidad

Intervalo	Categoría	
[0,20 – 0,40]	No válido, reformular	<input type="radio"/>
<0,41 – 0,60]	No válido, modificar	<input type="radio"/>
<0,61 – 0,80]	Válido, mejorar	<input type="radio"/>
<0,81 – 1,00]	Válido, aplicar	<input checked="" type="radio"/>


4. Recomendaciones



Firma del Experto
 Dr. Yasser Abarca Sanchez
 DNI. 44857483

Anexo 05: Acervo documentario

A. Registro de Huéspedes



PERÚ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Calle Uno Oeste Nº 250 Urb. Corpac Lima 27
Central telefónica: 513 6100
www.gob.pe/mincetur

**ESTADÍSTICA MENSUAL DE TURISMO 2023
PARA ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE**

Base Legal
D.L. Nº 608
D.S. Nº 001-2015-MINCETUR
D.S. Nº 058-2023-INEI (*)

INFORMACIÓN DEL MES DE May 20

LA DISTRIBUCIÓN Y RECEPCIÓN DE ESTE FORMULARIO ES GRATUITA. LOS DATOS SOLICITADOS SE USARÁN EXCLUSIVAMENTE PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMACIONES ESTADÍSTICAS QUE PERMITAN EVALUAR Y ORIENTAR LAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON EL TURISMO EN EL TERRITORIO NACIONAL.

CAPÍTULO I IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

Razón Social de la empresa: Mabel Flores Cruz RUC: 10310368948

Nombre Comercial: Hotel Imperial Clase: Hotel Categoría: 2 ESTRELLAS (*)

Dirección: AV. DIAS BARCELOS N° 319 Teléfono fijo: _____

Región: Apurímac Provincia: Abracay Distrito: Abracay

Página web: _____ e-mail para reservas: _____

CAPÍTULO II CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO OFERTADA / UTILIZADA Y TARIFAS DEL MES

TIPO DE HABITACIÓN / DEPARTAMENTO <small>(Leer instrucciones en el reverso)</small>	CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO - OFERTA		ALOJAMIENTO UTILIZADO - DEMANDA			TARIFA PROMEDIO POR DÍA HOTELERO SEGUN TIPO DE HABITACIÓN (PRECIO CON IMPUESTOS) (Si No aplica Salen \$), ver comentarios		
	Número de HABITACIONES OFERTADAS (EXCLUIDA A LAS EN REPARACIÓN, MANTENIMIENTO)		Número de "PLAZAS - CAMA"	Número de ARRIBOS DE PERSONAS	Número de HABITACIONES-NOCHE OCUPADAS	Número de PERNOCTACIONES		
	CON BAÑO	SIN BAÑO					CON BAÑO	SIN BAÑO
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
Individuales o simples	11		11	100	100	100		
Dobles y matrimoniales	18		18	71	71	71		
Suites (incluye sala)								
Triples	2		2	5	5	5		
Bungalós (casas pesqueñas)								
Otras: <u>casaduate</u>	1		1	2	2	2		
TOTAL	32		32	178	178	178		

CAPÍTULO III NÚMERO DE ARRIBOS DE HUÉSPEDES POR DÍA DEL MES

Anexo, el número total de PERSONAS que LLEGARON o ARRIBARON en el día y se ANOTARON en el libro o fichas de REGISTRO DE HUÉSPEDES.

Día 1*	6	Día 2*	9	Día 3*	7	Día 4*	9	Día 5*	4	Día 6*	6	Día 7*	5	Día 8*	3
Día 9*	11	Día 10*	6	Día 11*	11	Día 12*	6	Día 13*	11	Día 14*	9	Día 15*	8	Día 16*	4
Día 17*	2	Día 18*	5	Día 19*	9	Día 20*	7	Día 21*	4	Día 22*	5	Día 23*	4	Día 24*	4
Día 25*	3	Día 26*		Día 27*	2	Día 28*	4	Día 29*	6	Día 30*	8	Día 31*	4	TOTAL	178

CAPÍTULO IV ARRIBOS Y PERNOCTACIONES SEGUN LUGAR DE RESIDENCIA DEL HUÉSPED

PAÍS O CONTINENTE	Número de ARRIBOS en el mes	Número de PERNOCTACIONES en el mes
	(A)	(B)
Argentina		
Alemania		
Bielorrusia		
Bolivia		
Brasil		
Canadá		
Colombia	3	3
Corea del Sur		
Costa Rica		
Chile		
China (Rep. Popular)		
Ecuador		
Estados Unidos (EE.UU.)		
España		
Francia		
Países Bajos (Holanda)		
India		
Israel		
Italia		
Japón		
México		
Panamá		
Reino Unido (Inglaterra &...)		
Rusia		
Suiza		
Turquía		
Uruguay		
Venezuela		
Africa (China, Vietnam, Sudán, etc.)		
Oceania (Australia &...)		
Otro país de América		
Otro país de Asia		
Otro país de Europa		
Total de extranjeros	3	3

PERUANOS Y "RESIDENTES EN EL PERÚ"

REGIÓN	Número de ARRIBOS en el mes	Número de PERNOCTACIONES en el mes
	(C)	(D)
Lima Metropolitana y Callao		
Región Lima (3)		
Amazonas		
Ancash		
Apurímac	41	41
Arequipa	13	13
Ayacucho	13	13
Cajamarca		
Cusco	68	68
Huancavelica	7	7
Huánuco		
Ica		
Junín	7	7
La Libertad		
Lambayeque		
Loreto		
Madre de Dios	2	2
Moquegua		
Pasco		
Piura		
Puno	14	14
San Martín		
Tacna		
Tumbes		
Ucayali		
Total de nacionales	175	175

CAPÍTULO V		MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE DE LOS HUÉSPEDES							
DETALLE	TOTAL DE ARRIBOS	VACACIONES, RECREO Y OTO	VISITAS A FAMILIARES Y AMIGOS	EDUCACIÓN Y FORMACIÓN	SALUD Y MEDICINA	SELECCIÓN / PEREGRINACIONES	COMPRAS DE OPORTUNIDAD PARA SU REVENIR	NEGOCIOS Y SERVICIOS PROFESIONALES	OTROS MOTIVOS
Extranjeros y no residentes	3	3							
Peruanos y residentes	175	62	53					68	
TOTAL	178								

El incluye estadística a reuniones, conferencias, congresos, foros comerciales, exposiciones, cursos de formación en el trabajo formal o informal, comprar/vender productos o servicios para negocio, participar en eventos y otros de teatro, conciertos, actividades deportivas profesionales, viaje en comisión de servicio.

CAPÍTULO VI		NÚMERO DE PUESTOS DE TRABAJO OCUPADOS EN EL MES							
ACTIVIDAD	TOTAL PUESTOS DE TRABAJO	EXECUTIVOS Y ADMINISTRATIVOS	RECEPCIÓN	CONSERJERÍA	LIEMPEZA	COMEDOR Y CAFETERIA	BAR	LOS DEMÁS PUESTOS DE TRABAJO	
HOMBRES:									
• Permanentes	1		1			1			
• Eventuales									
MUJERES:									
• Permanentes	4		1	2	2				
• Eventuales									
PROPIETARIOS Y SOCIOS TRABAJADORES NO REMUNERADOS									
TOTAL	5		2	2	2	1			

INSTRUCCIONES

CAPÍTULO I
RAZÓN SOCIAL: Exactamente el Nombre como se registró en el RUC.
RUC: Número de once (11) dígitos del Registro Único de Contribuyente de la empresa o persona natural conductora del establecimiento.
NOMBRE COMERCIAL DEL ESTABLECIMIENTO: Nombre con el que comercialmente se conoce el local de hospedaje.
CLASE: Grupo en el que ha sido CLASIFICADO el establecimiento por autoridad competente de Turismo: HOTEL (H); APART-HOTEL (AH); HOSTAL (HS) y ALBERGUE (A).
CATEGORÍA: Rango en estrellas del establecimiento clasificado: "5"; "4"; "3"; "2" o "1". Los establecimientos "No Clasificados" anotarán NC.
COORDENADAS DMS: latitud y longitud: grados, minutos y segundos.

CAPÍTULO II
CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO OFERTADA
TIPO DE HABITACIÓN (PARA APART-HOTEL "DEPARTAMENTO")
 El tipo de habitación lo determina el equipamiento que hay dispuesto permanentemente en ella, si puede pernoctar sólo una persona (será individual o simple), dos personas (será dobles o matrimoniales), tres personas (será triplas) y colectivas para más de tres personas.
 En Otras: debe especificar si se trata de "habitaciones colectivas", "espacios para carpas", "espacios para casas rodantes", "espacios para caravanas", etc.

NÚMERO DE HABITACIONES OFERTADAS (Col. 13 y 21)
 Registre el número de piezas o cuartos que el hospedaje ofertó en el mes, según los tipos de habitaciones indicados.
NÚMERO DE PLAZAS-CAMA (Col. 17)
 Se busca medir la capacidad en número de personas que pueden pernoctar (dormir) en las camas instaladas en los tipos de habitaciones. Las camas matrimoniales (generalmente de dos plazas, King y Queen) se contarán como dos plazas-cama; y, las simples de 1 plaza y/o 1 1/2 plaza como una plaza-cama. No se cuentan las camas suplementarias en almácigo que pueden instalarse a petición del cliente.

ALOJAMIENTO UTILIZADO (información a obtener del libro, ficha o medios digitales de Registro de Huéspedes-RH)
NÚMERO DE ARRIBOS DE PERSONAS (Col. 10)
 Se solicita el número personas o huéspedes que se alojaron en el establecimiento de hospedaje, por lo tanto, se inscribieron en el Registro de Huéspedes; se cuentan sólo el primer día de su arribo o llegada al hospedaje. Se insista en resaltar que, cada arribo se cuenta únicamente el primer día de llegada del huésped.
NÚMERO DE HABITACIONES-NOCHE OCUPADAS (Col. 16)
 Por cada tipo de habitación, se consignará el número de veces que las habitaciones fueron ocupadas por los huéspedes en el mes de referencia, es decir, el número de días hoteleros pagados por ellos.

NÚMERO DE PERNOCTACIONES O NOCHES PASADAS (Col. 18)
 Se refiere al número total de noches que los huéspedes/viajeros que arribaron al hospedaje, permanecen en el (pagan y ocupan plazas-cama en el hospedaje), con independencia de si permanecen físicamente en sus habitaciones o no.

TARIFA PROMEDIO POR DÍA HOTELERO SEGÚN TIPO DE HABITACIÓN (PRECIO CON IMPUESTOS), EN NUEVOS SOLES (S./) SIN CENTINOS (Col. 71 y 78)

Analse para cada tipo de habitación la tarifa promedio (con impuestos) ofrecida por habitación. Por las camas adicionales, puede haber un pago adicional o no, según la política de cada administración, pero este dato no se solicita.

Si un establecimiento, tuviera fijada su tarifa POR HORAS y NO por DÍA HOTELERO, debe notificarlo en OBSERVACIONES para evaluar su continuidad en esta operación estadística.

CAPÍTULO III (información a obtener del libro, ficha o medios digitales de Registro de Huéspedes)
ARRIBO DE HUÉSPEDES: La información de las inscripciones obligatorias efectuadas en el REGISTRO DE HUÉSPEDES, se solicita distribuidas por cada día, para fines de medir estacionalidad. El total debe coincidir con el TOTAL de la Columna (4) del Capítulo II.

CAPÍTULO IV (información a obtener del libro, ficha o medios digitales de Registro de Huéspedes)
 El total de ARRIBOS de los EXTRANJEROS y "NO RESIDENTES EN EL PERU" más (+) el total de los ARRIBOS de PERUANOS y "RESIDENTES EN EL PERU", deberá coincidir con el TOTAL de la Columna (4) del Capítulo II y con el TOTAL del Capítulo III. La suma de PERNOCTACIONES de los EXTRANJEROS y "NO RESIDENTES EN EL PERU" más (+) las PERNOCTACIONES de PERUANOS y "RESIDENTES EN EL PERU", deberá coincidir con el TOTAL de la Columna (6) del Capítulo II.

CAPÍTULO V (información a obtener del libro, ficha o medios digitales de Registro de Huéspedes-RH)

El TOTAL DE ARRIBOS de la fila EXTRANJEROS Y NO RESIDENTES debe coincidir con el TOTAL PAÍSES de la columna 16 del Capítulo IV.

El TOTAL DE ARRIBOS de la fila RESIDENTES EN EL PERU debe coincidir con el TOTAL REGIONES de la columna 18 del Capítulo IV.

CAPÍTULO VI
 Se requiere el número de todas las personas empleadas por el establecimiento para sus actividades según sexo. Incluya como:

Trabajadores Remunerados: A los pagados directamente por la empresa a plazo indeterminado y aquellos con contrato sujeto a modalidades. También al personal que labora para el establecimiento pero que depende administrativamente de Cooperativas de Trabajo y/o Empresas de Servicio, por quienes son remunerados. El personal de supervisión y de gestión debe quedar comprendido dentro de los ejecutivos y personal de administración; considere en LOS DEMÁS PUESTOS DE TRABAJO a personal de lavandería, talleres, vigilancia y otro labor no especificada.

Propietarios y Socios Activos: Se deben contabilizar cuando trabajan normalmente como mínimo un tercio de la jornada diaria.

Trabajadores No Remunerados: Es el número de personas que laboran para "el establecimiento", por lo menos una tercera parte de la jornada semanal normal, sin percibir remuneración pecuniaria.

¿PERTENECE O ES OPERADO POR CADENAS HOTELERAS?

Sólo si corresponde registre el (los) nombre(s) de la(s) cadena(s)

CADENA HOTELERA NACIONAL	CADENA HOTELERA INTERNACIONAL
--------------------------	-------------------------------

LINKS PARA PRESENTACION VIRTUAL DE LA ESTADISTICA MENSUAL

- Para Lima y Callao : <https://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/encuestaMensual/index.aspx?anio=2023>
- Para las demás Regiones (Nor Amazónica – Centro – Sur) : <https://extranet.mincetur.gob.pe/extranet2/Home/Inicio>
- Tutorial para el llenado de la Encuesta: https://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/encuestaMensual/Version_Final_Manual.pdf

AGRADECIMOS SU VALIOSA COLABORACIÓN

Datos legibles de la PERSONA DE CONTACTO designada por la empresa para efectuar aclaraciones sobre la información mensual declarada. <i>Daniela Flores Viquez</i> Móvil: 925 439 196	PLAZO MÁXIMO DE PRESENTACIÓN Ocho días hábiles de finalizado cada mes de referencia (1)	Nombre legible y firma del representante de la empresa <i>Joselin Aragon Flores</i> Fecha: / / 2023
--	---	---

LUGARES PARA PRESENTACIÓN FÍSICA DE LA ESTADÍSTICA MENSUAL

Dónde se localizan los huéspedes	Dirección de las sedes institucionales	Teléfono para consultas
Lima y Callao	MINCETUR/VMS-Dirección General de Investigación y Estudios sobre Turismo y Artesanía Calle Uno Oeste N° 30 Urb. Corpes, Piso 1-Sin isótopo. E-mail: turismo@mincetur.gob.pe	(01) 513 6100 anexo 2112
Nor Amazónica (Amazones, Cajamarca, Lambayeque, Loreto, Piura, San Martín y Tumbes)	DIRECCIÓN/GERENCIA o Sub Regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía. E-mail: turismo@noramazonia@mincetur.gob.pe	
Centro (Ancash, Arequipa, Huancavelica, Huánuco, Ica, Junín, La Libertad, Passo y Tarma)	DIRECCIÓN/GERENCIA o Sub Regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía. E-mail: turismo@centro@mincetur.gob.pe	(01) 513 6100 anexo 2113
Sur (Arequipa, Arequipa, Cusco, Madre de Dios, Moquegua, Puno y Tarma)	DIRECCIÓN/GERENCIA o Sub Regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía. E-mail: turismo@sur@mincetur.gob.pe	

B. Solicitud al Hotel

"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

Abancay, 25 de noviembre del 2024

Señorita:

Daniela Flores Vásquez

ADMINISTRADORA del Hotel Imperial

Presente,

ASUNTO: SOLICITA PRÁCTICAS- PRE-PROFESIONALES

Es grato dirigirme a Ud. con la finalidad de saludarle y a su vez solicitarle prácticas preprofesionales para la estudiante Daril Sarmiento Ccanre con DNI Nro. 74525995, siendo las Experiencias Formativas en Situaciones Reales, uno de los requisitos para optar la certificación correspondiente en la culminación del módulo "Registro de asistencia y gestión de actividades en recepción" del Programa de estudio Recepción para servicios de hostelería del Cetpro 01 Abancay en la que actualmente viene cursando sus estudios. Sin otro particular, aprovecho la ocasión para expresarle muestras de mi estima personal.

Esperando de su comprensión y aceptación a lo solicitado, quedo agradecida.

Adjunto a la presente, la ficha de monitoreo.

Atentamente,


Yanilda Chili Rodríguez

DOCENTE
Administración Hotelera

C. Políticas del Hotel Imperial

1. Política de Calidad del Servicio

- Garantizar una experiencia excepcional a los huéspedes mediante la mejora continua de nuestros servicios.
- Ofrecer atención personalizada para satisfacer las expectativas de nuestros clientes, con enfoque en la excelencia, amabilidad y profesionalismo.

2. Política de Sostenibilidad y Responsabilidad Ambiental

- Implementar prácticas sostenibles para minimizar el impacto ambiental, como el uso eficiente de recursos naturales (agua y energía) y la correcta gestión de residuos sólidos.
- Promover el turismo responsable, sensibilizando a los huéspedes sobre la importancia de la conservación ambiental y el respeto por la cultura local.

3. Política de Seguridad y Salud Ocupacional

- Asegurar un ambiente seguro y saludable para nuestros empleados y huéspedes, cumpliendo con las normativas legales vigentes en materia de seguridad laboral y sanitaria.
- Capacitar al personal en protocolos de emergencias, manejo de riesgos y uso adecuado de equipos de seguridad.

4. Política de Desarrollo del Personal

- Promover la formación y capacitación continua del personal para garantizar altos estándares de desempeño y fomentar el crecimiento profesional.
- Generar un ambiente laboral inclusivo, respetuoso y colaborativo, donde se valore la diversidad y se fomente la equidad de oportunidades.

5. Política de Innovación y Competitividad

- Incorporar tecnología moderna en la gestión y operación del hotel para optimizar procesos y ofrecer servicios innovadores.
- Realizar estudios periódicos de la competencia y las tendencias del mercado para garantizar la relevancia y competitividad de nuestros servicios.

6. Política de Promoción Cultural y Social

- Resaltar y promover la riqueza cultural de la región de Apurímac mediante actividades que involucren a las comunidades locales y fomenten el turismo cultural.
- Establecer alianzas estratégicas con organizaciones locales para apoyar iniciativas sociales que beneficien a la comunidad.

7. Política de Gestión Financiera y Rentabilidad

- Asegurar una administración eficiente de los recursos financieros para garantizar la sostenibilidad económica del hotel.
- Diseñar estrategias que permitan equilibrar costos y calidad, asegurando tarifas competitivas y rentables para el negocio.

Anexo 06: Base de datos

CLIMA INSTITUCIONAL																				
N°	CONTEXTO ORGANIZACIONAL				EFICIENCIA OPERATIVA							EVALUACION DEL DESEMPEÑO					PLANIFICACION			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18		
1	2	1	2	1	1	5	2	1	5	1	2	5	1	5	2	1	2	2		
2	5	2	5	1	5	2	5	1	2	5	4	1	2	5	1	5	4	2		
3	2	5	1	2	1	2	1	1	2	2	5	4	5	2	2	1	1	2		
4	2	5	2	5	1	5	2	4	5	1	5	1	5	4	4	4	5	3		
5	6	3	6	6	7	6	6	4	6	7	6	7	4	2	1	7	4	3		
6	2	2	1	2	2	2	5	5	2	2	2	2	5	2	2	2	5	2		
7	5	5	4	4	5	3	4	5	5	5	2	5	3	4	3	4	3	7		
8	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	2	3	5	4	4	5	7		
9	4	3	5	4	2	1	4	4	4	5	5	2	5	5	4	4	5	5		
10	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5		
11	3	3	6	3	3	4	4	5	3	6	4	5	5	3	4	5	3	3		
12	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5		
13	4	4	5	5	4	5	5	4	5	2	5	5	4	4	5	5	2	5		
14	5	2	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5		
15	5	4	5	4	4	5	5	4	2	2	5	2	4	5	4	5	5	5		
16	2	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5		
17	2	5	5	5	4	5	5	2	5	4	2	5	4	5	5	2	4	5		
18	4	4	4	5	5	5	5	4	5	2	5	4	5	2	5	5	5	4		
19	1	4	4	3	4	4	4	5	4	2	5	5	2	5	4	5	4	5		
20	5	4	5	4	5	5	4	2	2	5	2	2	5	5	2	5	2	5		
21	1	3	4	5	4	2	5	5	4	5	5	5	4	2	5	5	5	2		
22	5	2	5	2	2	2	2	5	2	5	2	5	4	5	5	5	5	2		
23	1	5	5	2	5	5	4	5	4	5	5	2	5	2	5	4	5	5		
24	5	4	5	5	2	5	4	4	5	5	2	5	4	5	5	5	4	5		
25	2	4	4	5	5	1	2	7	5	5	5	2	4	5	4	2	5	5		
26	1	2	5	5	4	1	2	6	5	5	4	2	4	5	2	2	4	4		

27	1	5	2	2	4	5	4	3	4	3	2	1	2	5	2	5	2	4
28	1	2	2	1	2	5	1	2	2	1	5	2	5	2	1	4	2	4
29	2	1	2	1	2	1	1	2	5	5	2	5	2	5	5	5	2	1
30	4	5	5	2	4	5	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	6
31	4	4	5	4	5	4	5	3	4	3	4	5	4	2	4	4	5	4
32	5	4	2	5	4	5	4	5	2	1	4	2	4	2	5	5	5	2
33	2	5	2	5	1	2	5	1	2	1	2	1	5	2	5	5	4	5
34	1	5	3	2	5	1	1	3	2	5	5	2	4	5	5	1	4	4
35	1	2	2	5	5	2	2	1	5	2	4	5	4	5	2	5	5	2
36	1	5	5	2	2	1	5	3	1	5	1	6	3	2	5	1	5	5
37	1	3	5	2	1	2	6	2	2	1	1	7	6	5	5	2	4	5
38	5	5	4	5	5	5	5	3	3	4	4	4	2	5	5	5	5	4
39	5	2	2	5	5	2	5	2	5	2	5	2	5	5	2	5	2	5
40	4	4	1	2	4	1	4	4	1	3	3	4	5	4	1	1	1	1
41	4	5	5	1	1	1	4	3	5	2	2	1	4	5	1	4	5	1
42	4	5	2	1	5	2	5	2	5	2	2	5	5	2	5	1	2	5
43	5	5	4	5	4	2	5	3	4	6	5	4	3	4	5	4	3	4
44	2	4	5	2	5	1	5	5	2	5	2	5	5	4	5	5	2	5
45	2	4	5	5	5	2	5	2	2	1	2	5	4	5	5	1	2	2
46	5	4	2	5	2	5	2	1	5	5	2	2	4	5	5	4	2	1
47	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2
48	6	3	4	6	4	3	4	3	4	6	4	6	6	3	4	6	3	4
49	5	2	5	1	5	5	1	2	2	5	1	2	2	2	5	1	2	1
50	2	1	2	5	5	1	2	5	1	2	2	1	1	2	5	1	2	5
51	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	5	2	2	5	2	1
52	4	5	3	4	4	5	4	5	3	4	5	3	5	4	3	5	4	3
53	6	5	3	3	3	5	3	4	2	4	4	2	4	2	4	2	5	3
54	5	2	1	5	4	2	1	2	5	2	5	2	4	5	5	4	5	2
55	4	6	3	4	5	4	6	3	3	7	7	6	3	3	6	3	7	6
56	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3
57	6	3	4	3	4	3	3	4	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3

58	6	5	4	5	5	3	5	3	5	4	5	4	5	4	4	3	5	4
59	6	4	4	4	3	6	4	5	3	5	3	3	4	3	4	4	4	5
60	3	4	3	3	3	6	3	5	2	2	5	5	4	5	3	4	5	5
61	6	3	6	3	3	6	4	3	3	5	6	5	6	6	4	3	4	3
62	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5
63	6	3	6	3	4	4	7	6	3	6	6	3	4	3	4	3	6	3
64	2	5	5	2	2	2	5	5	2	2	5	5	5	2	5	2	5	2
65	1	5	6	3	1	1	6	5	5	3	5	1	3	4	5	4	1	1
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
67	1	1	1	1	2	1	1	6	2	5	5	1	5	1	5	5	5	5
68	4	3	3	5	3	4	4	5	6	3	3	5	5	2	2	3	4	4
69	6	3	3	4	4	4	5	2	2	4	4	3	4	3	3	4	6	3
70	4	2	1	5	1	5	2	2	1	5	2	1	7	3	5	7	4	1
71	4	2	2	5	4	5	2	4	5	4	5	4	7	6	5	6	4	5
72	5	1	1	5	1	5	2	2	5	1	4	2	3	2	4	6	4	2
73	1	2	5	5	5	2	2	1	5	1	2	1	2	4	2	3	5	1
74	5	2	4	5	1	1	2	1	5	1	4	1	4	5	2	3	5	4
75	4	2	5	1	5	4	1	2	4	2	3	5	5	2	5	5	4	3
76	5	4	2	5	2	4	5	1	5	4	2	5	3	4	5	4	5	2
77	2	4	2	5	2	5	1	4	3	5	4	2	3	4	3	4	5	3
78	1	5	2	1	5	1	5	2	4	2	5	2	5	4	2	5	4	5
79	2	3	5	1	5	2	4	3	5	4	2	5	6	5	2	4	3	5
80	6	4	5	3	6	3	5	3	3	4	3	3	4	4	3	5	5	5
81	6	4	6	4	6	4	2	3	2	3	5	3	2	3	3	4	5	5
82	5	2	2	1	2	1	1	2	5	2	5	1	2	5	2	5	2	1
83	5	2	2	2	5	1	2	5	1	2	1	2	1	2	5	2	1	2
84	2	2	5	4	1	2	5	2	5	2	5	1	2	1	5	2	1	1
85	5	2	5	5	2	5	5	2	2	5	2	5	2	5	2	5	5	2
86	5	2	1	2	2	5	5	5	5	2	5	2	2	5	5	2	5	2
87	1	2	2	2	1	2	5	1	2	5	1	2	1	2	5	4	5	4
88	5	5	2	5	2	1	5	2	1	1	2	5	2	1	5	1	2	5

89	2	5	2	4	2	4	5	1	5	2	5	2	1	5	2	5	4	5
90	5	2	4	5	4	2	5	1	2	5	2	1	1	2	1	5	2	1
91	4	5	2	5	2	5	2	1	2	2	1	5	2	5	1	2	1	2
92	2	5	1	1	2	5	1	2	2	5	5	2	1	5	2	2	1	5
93	5	2	5	2	1	5	2	5	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2
94	4	5	3	4	4	3	5	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4
95	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	6	3	4	6	4
96	5	2	5	1	5	1	2	2	1	5	4	5	5	4	5	5	2	4
97	4	3	5	3	5	1	1	2	5	2	4	3	4	5	5	5	2	1
98	3	4	5	1	2	4	5	5	2	5	4	2	1	2	5	5	2	1
99	2	5	2	5	5	2	4	5	4	5	5	4	3	4	3	4	6	4
100	4	5	5	5	5	5	5	2	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4
101	5	3	5	3	6	4	3	3	4	5	3	4	4	3	4	5	4	5
102	5	5	4	4	4	5	2	4	5	5	4	2	5	2	5	4	4	4
103	4	4	4	5	5	3	5	4	4	3	4	5	4	5	5	2	4	5
104	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	2	4	5	5	5	4	4	4
105	2	4	1	1	5	2	3	6	3	3	4	2	4	3	5	3	5	3
106	5	4	5	4	5	4	4	5	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4
107	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	3	3	6	6	3	4	4	3
108	5	4	4	3	2	3	4	6	7	3	3	3	4	3	4	4	3	4
109	5	5	4	2	6	3	6	7	3	6	4	6	3	4	6	4	3	4
110	4	3	6	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4
111	5	3	4	4	5	3	5	3	5	3	4	3	3	4	4	3	4	4
112	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4
113	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	4	3	4	4
114	5	4	4	5	4	5	4	3	4	3	5	4	3	4	4	5	5	4
115	3	4	5	4	5	5	5	4	3	4	3	4	2	1	5	3	6	4
116	2	5	2	5	2	5	2	1	2	1	5	1	2	5	2	2	4	2
117	5	3	4	4	5	3	5	3	5	3	4	3	3	4	4	3	4	4
118	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4
119	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	4	3	4	4

120	5	4	4	5	4	5	4	3	4	3	5	4	3	4	4	5	5	4
121	3	4	5	4	5	5	5	4	3	4	3	4	2	1	5	3	6	4
122	2	5	2	5	2	5	2	1	2	1	5	1	2	5	2	2	4	2

VARIABLE MOTIVACION DOCENTE																			
N°	ELEMENTOS TANGIBLES				CAPACIDAD DE RESPUESTA				SEGURIDAD					EMPATIA					
	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34	P35		
1	2	5	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1		
2	2	1	5	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2		
3	5	2	3	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	5	2	1	1		
4	2	4	7	2	2	5	4	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2		
5	6	1	3	3	6	6	3	6	3	7	3	7	6	4	6	6	7		
6	2	4	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2		
7	3	3	5	2	2	1	1	1	5	1	1	5	4	1	2	2	4		
8	4	4	5	5	2	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	4		
9	4	5	5	5	2	1	1	1	5	5	2	2	4	5	2	2	5		
10	5	5	4	5	5	5	2	2	5	2	5	5	5	5	4	5	5		
11	3	4	3	4	4	3	3	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5		
12	4	5	4	4	5	1	1	5	2	2	5	3	4	5	4	6	4		
13	4	4	5	4	4	2	5	2	2	5	2	5	5	5	2	5	2		
14	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5		
15	4	4	5	5	5	5	4	2	2	5	2	5	2	2	5	2	5		
16	5	5	4	4	5	5	4	4	5	2	5	5	5	5	4	5	2		
17	5	4	5	4	5	5	4	2	5	5	5	2	2	5	4	5	4		
18	5	2	5	5	2	4	2	5	5	2	5	5	2	5	5	2	5		
19	4	5	5	5	2	5	2	5	5	2	2	2	1	5	2	2	2		
20	5	2	5	2	5	2	5	2	2	5	5	2	5	5	2	5	2		
21	4	5	5	2	2	1	5	5	2	5	2	2	5	5	2	1	5		
22	5	3	5	5	5	2	5	2	5	5	4	5	5	5	2	5	5		

23	5	3	5	2	2	2	5	2	1	2	5	5	5	2	5	5	2
24	4	5	5	2	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5
25	2	4	2	5	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	5	5	4
26	5	4	2	5	5	5	2	2	5	2	4	5	2	2	2	5	4
27	2	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	5	5	2	1	2	2
28	5	4	3	5	2	5	1	5	2	5	4	2	1	2	1	1	1
29	5	2	4	4	1	1	5	2	4	5	5	4	5	4	5	2	4
30	4	5	4	2	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	3	5	4
31	5	2	3	5	4	5	2	5	4	5	4	5	4	5	2	1	1
32	1	2	3	1	2	5	1	5	1	5	2	2	5	1	2	1	1
33	1	2	3	1	5	2	2	1	4	5	5	2	1	2	5	4	4
34	5	3	4	5	5	2	5	5	5	5	5	2	1	2	5	2	5
35	2	1	2	5	5	2	2	5	2	2	5	1	1	2	1	2	5
36	2	5	1	2	1	1	2	2	2	5	2	2	2	1	2	5	5
37	2	5	1	2	1	1	1	2	2	5	2	2	2	1	5	5	5
38	3	3	4	3	3	3	6	6	5	5	5	3	5	5	5	5	5
39	2	5	2	4	5	2	2	2	2	2	2	2	5	5	2	2	5
40	1	1	2	1	5	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1
41	1	4	4	1	4	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
42	2	5	2	2	1	2	1	5	5	2	2	5	2	2	2	2	2
43	3	3	6	4	4	4	5	3	3	4	4	3	5	5	4	3	6
44	2	2	1	5	2	5	5	4	5	1	4	5	5	5	4	5	4
45	1	5	5	5	2	2	5	1	2	5	5	2	2	5	2	2	5
46	5	4	5	2	2	5	2	2	1	2	2	5	5	1	2	5	2
47	5	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
48	6	7	3	4	4	4	5	3	4	5	5	4	5	4	5	4	1
49	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	5	2	2	5	2	1	5
50	2	1	2	1	2	1	5	2	5	1	2	2	2	1	2	5	1
51	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2
52	5	4	3	5	4	5	2	3	2	5	2	4	3	4	5	5	4
53	6	3	6	4	6	3	4	6	4	6	2	4	6	6	5	6	4

54	5	2	1	2	2	5	2	5	3	5	4	4	5	4	5	2	5
55	3	3	4	6	6	3	6	3	6	3	7	6	6	6	6	3	3
56	6	3	6	6	6	3	3	6	3	6	6	6	3	6	7	7	6
57	6	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
58	6	3	3	3	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	3	3	6
59	3	4	4	4	4	5	3	3	5	4	4	4	4	2	5	4	5
60	7	3	4	4	4	3	5	3	5	3	6	3	5	3	4	3	3
61	6	3	6	6	4	5	5	3	6	3	3	6	4	4	3	3	4
62	5	2	5	5	5	2	5	4	5	5	3	3	2	3	5	4	4
63	6	3	6	3	6	4	6	3	6	3	6	6	6	3	3	6	6
64	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	2	5
65	7	7	7	7	6	3	3	3	1	1	1	1	2	1	2	1	2
66	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
67	1	1	1	1	2	2	1	1	1	4	1	2	4	4	5	1	2
68	4	4	5	3	3	5	5	2	5	4	5	5	5	4	3	3	4
69	4	3	3	4	5	4	3	3	4	4	2	6	3	3	4	4	5
70	1	2	3	2	2	5	1	1	2	5	1	1	5	1	1	1	2
71	2	1	5	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1	5	2	2	5
72	1	2	1	1	1	1	1	1	2	5	1	2	1	2	1	1	2
73	5	3	5	5	1	2	5	1	1	1	2	1	4	2	1	1	1
74	1	7	1	1	5	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1
75	2	1	5	1	2	1	2	1	2	5	2	5	1	1	1	1	1
76	5	3	5	1	1	1	2	1	2	1	5	2	1	2	5	2	1
77	1	7	2	5	1	2	5	1	1	2	1	1	4	2	1	1	1
78	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	5	2	5	2	2	2	1
79	2	7	1	2	2	1	2	1	5	2	1	2	2	1	1	2	2
80	6	3	4	4	5	3	4	3	4	3	5	4	5	2	5	5	5
81	4	3	5	3	5	2	6	5	4	2	3	5	2	4	6	5	4
82	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2
83	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	5	1	1	5	2	1	5
84	5	2	4	5	4	5	2	4	2	5	5	5	4	2	5	2	5

85	5	2	5	1	2	5	2	1	2	5	2	2	2	5	2	2	2
86	1	2	3	5	2	5	4	5	2	1	2	5	5	2	1	2	1
87	4	5	7	5	4	5	2	2	1	5	2	1	1	2	1	2	1
88	2	5	3	4	5	2	4	5	2	4	5	1	5	2	1	5	2
89	5	4	3	3	4	5	4	5	3	4	2	5	5	5	2	5	1
90	4	5	6	4	5	4	1	1	2	5	4	2	1	2	5	5	2
91	4	5	6	5	2	1	5	2	1	2	1	2	5	2	1	1	2
92	1	1	1	2	2	5	5	2	5	2	5	2	2	5	5	2	2
93	2	4	7	1	2	5	2	1	5	2	1	1	2	5	2	1	1
94	4	4	4	5	4	5	4	5	5	1	1	5	4	5	5	4	5
95	5	4	4	5	5	4	5	5	4	1	1	5	4	5	4	2	4
96	4	5	2	5	1	5	2	2	5	2	1	2	1	2	1	2	1
97	2	4	4	1	5	2	1	5	2	1	2	1	2	5	2	1	2
98	7	7	6	6	6	6	4	4	2	2	2	5	4	4	4	4	4
99	4	5	2	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	2
100	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5
101	4	4	3	5	4	5	4	5	4	5	5	4	1	2	5	4	5
102	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	1	1	5	5	2	2
103	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	2	1	1	5	4	4
104	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	2	5	4	4	5
105	5	4	3	5	2	5	4	5	5	1	5	5	1	1	5	4	5
106	5	4	4	5	2	5	4	5	4	5	3	5	4	4	3	3	4
107	4	5	3	5	4	5	4	5	5	5	1	5	4	5	5	2	5
108	5	4	5	4	4	5	3	2	4	2	3	5	1	1	5	4	4
109	4	4	5	5	5	5	4	5	2	3	5	5	1	1	5	4	5
110	5	4	3	4	4	3	3	4	4	4	2	5	2	2	5	5	4
111	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	2	1	5	4	5
112	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	1	1	2	2	2
113	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	3	5	4
114	3	4	4	5	3	5	3	5	4	4	5	2	4	5	4	5	5
115	6	5	1	4	4	2	4	2	3	4	2	5	1	2	5	5	2

116	5	4	7	3	5	4	5	2	4	2	2	5	5	2	5	1	1
117	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	2	1	5	4	5
118	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	1	1	2	2	2
119	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	3	5	4
120	3	4	4	5	3	5	3	5	4	4	5	2	4	5	4	5	5
121	6	5	1	4	4	2	4	2	3	4	2	5	1	2	5	5	2
122	5	4	7	3	5	4	5	2	4	2	2	5	5	2	5	1	1

Anexo 07: Fotografías del trabajo de campo







