



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA  
SECCIÓN DE POSGRADO**

**GESTIÓN DE LA CALIDAD Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE  
INTERNO EN EL HOTEL DECAMERON EL PUEBLO EN LA  
CIUDAD DE LIMA, 2020**

**PRESENTADA POR  
GUSTAVO ALEXANDER MARIÑAS ESPINOZA**

**ASESORA**

**ZULEMA YNES HASSINGER GONZALES**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN  
MARKETING TURÍSTICO Y HOTELERO**

**LIMA – PERÚ**

**2020**



**Reconocimiento - No comercial - Compartir igual**  
**CC BY-NC-SA**

El autor permite entremezclar, ajustar y construir a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA  
SECCIÓN DE POSGRADO DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**GESTIÓN DE LA CALIDAD Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE  
INTERNO EN EL HOTEL DECAMERON EL PUEBLO EN LA  
CIUDAD DE LIMA, 2020**

**TESIS PARA OPTAR  
EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN MARKETING TURÍSTICO Y  
HOTELERO**

**PRESENTADO POR:  
GUSTAVO ALEXANDER MARIÑAS ESPINOZA**

**ASESOR:  
DRA. ZULEMA YNES HASSINGER GONZALES**

**LIMA, PERÚ**

**2020**

## **DEDICATORIA**

*Al ser más noble, que tras un trágico desenlace, fue arrancado de mi familia, pero no de nuestros corazones...*

*A los emprendimientos de la vida, que nos motivan y emocionan, en especial en estos tiempos difíciles para la humanidad...*

“SIC PARVIS MAGNA”

(La grandeza nace de los pequeños comienzos)

Sir. Francis Drake

## **AGRADECIMIENTOS**

Como factor de motivación, a mi familia, en quienes confío y promueven mi integridad como persona, y me ayudan a seguir en el correcto sendero.

A los docentes que me formaron en el periodo de duración de la Maestría, en especial a la Dra. Zulema Hassinger, quien amablemente me brindo el soporte oportuno como asesora de tesis.

A mis colegas hoteleros y de turismo, quienes aguardamos con expectativa el próspero futuro en nuestra industria, como siempre sucedió en el Perú. En especial a mi entrañable amigo Mario Cuyubamba, quién además de ofrecer su amistad, fue fuente de consulta y apoyo constante para la realización de esta tesis.

Así mismo, no quisiera dejar de mencionar mi gratitud con mis colegas que laboran en Decameron El Pueblo y que me facilitaron información relevante que hacen que este trabajo sea más confiable.

Mi gratitud siempre con todos, en especial a Dios.

## NDICE DE CONTENIDO

PORTADA.....	1
DEDICATORIA .....	2
AGRADECIMIENTOS.....	3
NDICE DE CONTENIDO.....	1
ÍNDICE DE TABLAS.....	4
ÍNDICE DE FIGURAS .....	7
RESUMEN .....	9
ABSTRACT.....	10
INTRODUCCIÓN .....	11
Descripción de la situación problemática .....	11
Formulación del problema .....	13
Objetivos de la investigación.....	13
Justificación de la investigación .....	14
Importancia de la investigación .....	14
Viabilidad de la investigación .....	15
Limitaciones del estudio .....	16
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO .....	17
1.1 Antecedentes de la investigación .....	17
1.1.1 Antecedentes internacionales.....	17
1.1.2 Antecedentes nacionales.....	19
1.2 Bases teóricas .....	21
1.3 Definición de términos básicos.....	33

<b>CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES.....</b>	<b>35</b>
<b>2.1 Formulación de hipótesis principal y derivadas.....</b>	<b>35</b>
<b>2.1.1 Hipótesis general.....</b>	<b>35</b>
<b>2.1.2 Hipótesis específicas .....</b>	<b>35</b>
<b>2.2 Variables y definición operacional.....</b>	<b>36</b>
<b>CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....</b>	<b>37</b>
<b>3.1 Diseño metodológico .....</b>	<b>37</b>
<b>3.1.1 Enfoque de la investigación .....</b>	<b>37</b>
<b>3.1.2 Tipo de la investigación .....</b>	<b>37</b>
<b>3.1.3 Nivel de la investigación .....</b>	<b>38</b>
<b>3.2 Diseño muestral.....</b>	<b>38</b>
<b>3.3 Técnicas de recolección de datos .....</b>	<b>39</b>
<b>3.3.1 Población .....</b>	<b>38</b>
<b>3.3.2 Muestra.....</b>	<b>38</b>
<b>3.3.3 Muestreo.....</b>	<b>39</b>
<b>3.3.4 Criterios de exclusión e inclusión. ....</b>	<b>39</b>
<b>3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información ....</b>	<b>40</b>
<b>3.4.1 Descripción de los instrumentos .....</b>	<b>40</b>
<b>3.4.2 Validez y Confiabilidad.....</b>	<b>39</b>
<b>3.4.3 A nivel descriptivo.....</b>	<b>40</b>
<b>3.4.4 Análisis ligados a la Hipótesis .....</b>	<b>41</b>
<b>3.5 Aspectos éticos .....</b>	<b>41</b>
<b>3.5.1 Confidencialidad.....</b>	<b>41</b>
<b>3.5.2 Reserva de datos obtenidos.....</b>	<b>42</b>
<b>CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....</b>	<b>43</b>

4.1	Análisis de los resultados cuantitativos .....	43
4.2	Análisis de la prueba de hipótesis .....	83
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN.....		96
CAPÍTULO VI: PROPUESTA .....		99
CONCLUSIONES .....		126
RECOMENDACIONES .....		127
FUENTES DE INFORMACIÓN .....		129
ANEXO.....		134

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Operacionalización de las variables.....	36
<b>Tabla 2:</b> Estadística de Fiabilidad .....	40
<b>Tabla 3:</b> Kmo y prueba de Bartlett para la validez del instrumento.....	41
<b>Tabla 4 :</b> Trabajo con nuevos equipos y tecnologías de apariencia moderna. ....	43
<b>Tabla 5:</b> Trabajo con nuevos equipos y tecnologías de apariencia moderna .....	43
<b>Tabla 6:</b> Considero que usando el uniforme mantengo una apariencia pulcra. ...	45
<b>Tabla 7:</b> Considero que usando el uniforme mantengo una apariencia pulcra. ...	45
<b>Tabla 8:</b> Cuando un cliente tiene un inconveniente, muestro un sincero interés en solucionarlo. ....	47
<b>Tabla 9:</b> Cuando un cliente tiene un inconveniente, muestro un sincero interés en solucionarlo. ....	47
<b>Tabla 10:</b> Presto un servicio en el tiempo, de acuerdo a los estándares exigidos.. ..	49
<b>Tabla 11:</b> Presto un servicio en el tiempo, de acuerdo a los estándares exigidos.. ..	49
<b>Tabla 12:</b> Presto un servicio en el tiempo de acuerdo a los estándares exigidos.	51
<b>Tabla 13:</b> Presto un servicio en el tiempo, de acuerdo a los estándares exigidos. ....	51
<b>Tabla 14:</b> Ofrezco un servicio rápido y ágil.....	53
<b>Tabla 15:</b> Ofrezco un servicio rápido y ágil.....	53
<b>Tabla 16:</b> Siempre estoy dispuesto a ayudar.....	55
<b>Tabla 17:</b> Siempre estoy dispuesto a ayudar.....	55
<b>Tabla 18:</b> Por mi comportamiento suelo transmitir confianza. ....	57

<b>Tabla 19:</b> Por mi comportamiento suelo transmitir confianza. ....	57
<b>Tabla 20:</b> Siempre soy amable. ....	59
<b>Tabla 21:</b> Siempre soy amable. ....	59
<b>Tabla 22:</b> Tengo conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los huéspedes.....	61
<b>Tabla 23:</b> Tengo conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los huéspedes.....	61
<b>Tabla 24:</b> Tengo un horario laboral adecuado. ....	63
<b>Tabla 25:</b> Tengo un horario laboral adecuado. ....	63
<b>Tabla 26:</b> Ofrezco información y atención personalizada. ....	65
<b>Tabla 27:</b> Ofrezco información y atención personalizada. ....	65
<b>Tabla 28:</b> Busco lo mejor para los intereses del cliente. ....	67
<b>Tabla 29:</b> Busco lo mejor para los intereses del cliente.....	67
<b>Tabla 30:</b> El Hotel Decameron El Pueblo otorga buenas condiciones de trabajo.	69
<b>Tabla 31:</b> El Hotel Decameron El Pueblo otorga buenas condiciones de trabajo	69
<b>Tabla 32:</b> El salario que me brinda el hotel está acorde al mercado. ....	71
<b>Tabla 33:</b> El salario que me brinda el hotel está acorde al mercado. ....	71
<b>Tabla 34:</b> La relación con mi supervisor inmediato es la más idónea, lo cual permite cumplir mis objetivos. ....	73
<b>Tabla 35:</b> La relación con mi supervisor inmediato es la más idónea, lo cual permite cumplir mis objetivos. ....	73
<b>Tabla 36:</b> El Hotel Decameron El Pueblo me otorga todos los beneficios y servicios sociales. ....	75
<b>Tabla 37:</b> El Hotel Decameron El Pueblo me otorga todos los beneficios y servicios sociales. ....	75

<b>Tabla 38:</b> Alcanzo las metas planteadas en mi área, mis compañeros, jefe, subordinados me reconocen. ....	77
<b>Tabla 39:</b> Alcanzo las metas planteadas en mi área, mis compañeros, jefe, subordinados me reconocen. ....	77
<b>Tabla 40:</b> El Hotel Decameron El Pueblo cuenta con políticas estables y previsibles para el crecimiento profesional.....	79
<b>Tabla 41:</b> El Hotel Decameron El Pueblo cuenta con políticas estables y previsibles para el crecimiento profesional.....	79
<b>Tabla 42:</b> La responsabilidad del cargo está acorde al contrato realizado por el hotel. ....	81
<b>Tabla 43:</b> La responsabilidad del cargo está acorde al contrato realizado por el hotel. ....	81
<b>Tabla 44:</b> One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	83
<b>Tabla 45:</b> Correlación entre variable 1 y variable 2.....	84
<b>Tabla 46:</b> Correlación entre la dimensión 1 de la variable 1 con la variable 2 .....	86
<b>Tabla 47:</b> Correlación entre la dimensión 2 de la variable 1 con la variable 2 .....	88
<b>Tabla 48:</b> Correlación entre la dimensión 3 de la variable 1 con la variable 2 .....	90
<b>Tabla 49:</b> Correlación entre la dimensión 4 de la variable 1 con la variable 2 .....	92
<b>Tabla 50:</b> Correlación entre dimensión 5 de la variable 1 con la variable 2.....	94
<b>Tabla 51:</b> Registro de Eventos.....	120
<b>Tabla 52:</b> Matriz de consistencia .....	135
<b>Tabla 53:</b> Modelo de encuesta.....	159
<b>Tabla 54:</b> Tabla de T de Pearson .....	161

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Gráfico 1:</b> Trabajo con nuevos equipos y tecnologías de apariencia moderna ...	44
<b>Gráfico 2:</b> Considero que usando el uniforme mantengo una apariencia pulcra.	46
<b>Gráfico 3:</b> Cuando un cliente tiene un inconveniente, muestro un sincero interés en solucionarlo. ....	48
<b>Gráfico 4:</b> Presto un servicio en el tiempo, de acuerdo a los estándares exigidos.. ....	50
<b>Gráfico 5:</b> Presto un servicio en el tiempo, de acuerdo a los estándares exigidos. ....	52
<b>Gráfico 6:</b> Ofrezco un servicio rápido y ágil.....	54
<b>Gráfico 7:</b> Siempre estoy dispuesto a ayudar.....	56
<b>Gráfico 8:</b> Por mi comportamiento suelo transmitir confianza. ....	58
<b>Gráfico 9:</b> Siempre soy amable. ....	60
<b>Gráfico 10:</b> Tengo conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los huéspedes. ....	62
<b>Gráfico 11:</b> Tengo un horario laboral adecuado. ....	64
<b>Gráfico 12:</b> Ofrezco información y atención personalizada. ....	66
<b>Gráfico 13:</b> Busco lo mejor para los intereses del cliente.....	68
<b>Gráfico 14:</b> El Hotel Decameron El Pueblo otorga buenas condiciones de trabajo. ....	70
<b>Gráfico 15:</b> El salario que me brinda el hotel está acorde al mercado. ....	72
<b>Gráfico 16:</b> La relación con mi supervisor inmediato es la más idónea, lo cual permite cumplir mis objetivos. ....	74

<b>Gráfico 17:</b> El Hotel Decameron El Pueblo me otorga todos los beneficios y servicios sociales. ....	76
<b>Gráfico 18:</b> Alcanzo las metas planteadas en mi área, mis compañeros, jefe, subordinados me reconocen. ....	78
<b>Gráfico 19:</b> El Hotel Decameron El Pueblo cuenta con políticas estables y previsibles para el crecimiento profesional.....	80
<b>Gráfico 20:</b> La responsabilidad del cargo está acorde al contrato realizado por el hotel. ....	82

## RESUMEN

En la presente investigación correlacional de tipo aplicada, se realizó con el objeto de determinar la relación que existe entre gestión de la calidad y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo, teniendo una población de 100 colaboradores que conforman la planilla de tiempo completo, tuvo como diseño no experimental, transversal, asimismo, se recogieron los datos mediante la encuesta tipo cuestionario, la cual estuvo constituida por 20 ítems, se empleó la escala de medición de Likert, para su validez se realizó juicio de expertos y para la confiabilidad el Alpha de Cronbach's, obteniendo una fuerte confiabilidad con 0.883, tanto en la prueba piloto y encuesta. En los resultados se obtuvieron diversos datos como el 55% de trabajadores están de acuerdo con las condiciones de trabajo que brinda el hotel Decameron El Pueblo, el 55% está de acuerdo con la relación que tienen su supervisor inmediato, lo cual permite cumplir sus objetivos laborales, en esa misma línea, se tiene que el 55% está de acuerdo con los beneficios y servicios sociales que brinda el establecimiento hotelero. Finalmente se concluyó que las dos variables se relacionan directa y significativamente, cabe resaltar que solo fiabilidad no se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente interno, por consecuencia, se plantea acciones a mediano plazo para la mejora continua.

Palabras clave: Gestión de la calidad y Satisfacción del cliente interno.

## **ABSTRACT**

In this applied correlational research, it was carried out with the objective of determining the relationship between quality management and internal customer satisfaction at the Hotel Decameron El Pueblo, having a population of 100 employees who make up the full-time payroll, had a non-experimental, cross-sectional design, likewise, the data were collected through the questionnaire-type survey, which consisted of 20 items, the Likert measurement scale was used, for its validity an expert judgment was made and for reliability Cronbach's Alpha, obtaining a strong reliability with 0.883, both in the pilot test and survey. In the results, various data were obtained such as 55% of workers agree with the working conditions provided by Decameron El Pueblo hotel, 55% agree with the relationship that their immediate supervisor has, which allows them to meet their objectives In the same way, 55% agree with the benefits and social services provided by the hotel establishment. Finally, it was concluded that the two variables are directly and significantly related, it should be noted that only reliability is not significantly related to internal customer satisfaction, therefore, medium-term actions are proposed for continuous improvement.

Keywords: Quality Management and Internal Customer Satisfaction.

## INTRODUCCIÓN

### Descripción de la situación problemática

Según Tobías et al. (2019), el cliente interno desea satisfacer varias necesidades de orden social, de relación o de desarrollo personal con la finalidad de mejorar su desarrollo profesional. Es necesario entender sus distintas motivaciones que promueven comportamiento, pues intervención de un trabajador fidelizado internamente significa un recurso estratégico muy importante que, sin él, sería casi imposible llevar efectivamente la realización de las otras funciones básicas de la empresa. Y es que uno de los factores claves para el éxito en las organizaciones de servicios es el comportamiento y la actitud de quienes trabajan en su seno, ambas variables son muy influyentes sobre el nivel de calidad percibida de los clientes. Satisfacer a un cliente interno implica conocerlo, definir sus necesidades y expectativas.

Asimismo, para Obregón et al. (2019), satisfacer las necesidades del cliente es el propósito del trabajo diario de las compañías. Una forma de hacerlo es brindándoles un buen servicio que cuente con algunos elementos como rapidez de respuesta, amabilidad, profesionalismo y credibilidad, elevando así el nivel de percepción hacia el producto y, además, aumentando su valor. Esto conlleva a determinar la calidad del servicio a partir de la medición de la satisfacción del cliente.

En la actualidad los sistemas de gestión, así como los de mejora, reconocen que la medición es un tema de vital importancia para controlar los procesos en una organización, independientemente de los productos o servicios que presten.

Según Steffanell et al. (2017), el turismo es multidisciplinario , por lo que su estudio comprenden distintas ciencias y disciplinas (economía, ecología, psicología, geografía, sociología, historia, estadística, derecho y ciencias políticas y administrativas), para los países significa actualmente un reto conseguir y fidelizar turistas, obtener su satisfacción es posible con calidad en el servicio prestado y esto es clave para su fidelización.

En el sector hotelero peruano específicamente, de acuerdo con Tisnado (2015), uno de los temas que se requiere mejorar es la calidad de servicio pues se perfila como un valor diferencial que puede servir para responder a la evolución de la demanda y la necesidad de revisión del modelo de negocio. Es menester realizar un estudio dentro del ámbito del Modelo de Gestión de la Calidad bajo el enfoque de la EFQM,(European Foundation For Quality Management) que en primer lugar, permite realizar una autoevaluación para luego mejorar la calidad de servicio en el sector, comprendiendo que la calidad de servicio se fija como una filosofía de gestión que permite obtener una ventaja competitiva para la industria hotelera.

El presente proyecto de investigación gira en torno a la cadena de Hoteles Decameron, líder en hotelería de de sol, playa y diversión en las áreas del Caribe y Pacífico, siendo la modalidad “todo incluido” su elemento diferencial, con buenos equipo de trabajo para la satisfacción de los clientes. Decameron El Pueblo es una nueva unidad de negocio de la cadena hotelera adquirida en el 2016 y remodelada en el 2017, posee 223 habitaciones y actualmente, el principal cliente es el público limeño (turismo nacional), quien reserva estadías cortas. En referencia a su cliente interno, se aprecia mucho entusiasmo por parte de los colaboradores, quienes brindan servicio a un promedio de 500 a 700 huéspedes por día.

Un trabajador satisfecho en la teoría, tiene injerencia por un lado, sobre la percepción de calidad de servicio recibido en los clientes; y por el otro, es resultado del manejo interno de la empresa, o mejor dicho del nivel de la Gestión de la Calidad llevada a cabo. Por tal motivo, en esta investigación la finalidad es conocer de qué manera la Gestión de la Calidad se relaciona con la satisfacción del cliente interno del Hotel Decameron El Pueblo en Ate, Lima, 2020.

## **Formulación del problema**

### **Problema general**

¿De qué manera se relaciona gestión de la calidad y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo en Ate, Lima, 2020?

### **Problemas específicos**

- a. ¿Cuál es la relación entre tangibilidad y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo en Ate, Lima, 2020?
- b. ¿Cuál es la relación entre fiabilidad y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo en Ate, Lima, 2020?
- c. ¿Cuál es la relación entre capacidad de respuesta y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo en Ate, Lima, 2020?
- d. ¿Cuál es la relación entre seguridad y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo en Ate, Lima, 2020?
- e. ¿Cuál es la relación entre empatía y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo en Ate, Lima, 2020?

### **Objetivos de la investigación**

## **Objetivo General**

Determinar la relación que existe entre gestión de la calidad y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo en Ate, Lima - 2020.

## **Objetivos Específicos**

- a. Determinar la relación que existe entre tangibilidad y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo en Ate, Lima - 2020.
- b. Determinar la relación que existe entre fiabilidad y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo en Ate, Lima - 2020.
- c. Determinar la relación que existe entre capacidad de respuesta y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo en Ate, Lima - 2020.
- d. Determinar la relación que existe entre seguridad y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo, Ate, Lima - 2020.
- e. Determinar la relación que existe entre empatía y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo, Ate, Lima - 2020.

## **Justificación de la investigación**

### **Importancia de la investigación**

El presente estudio se justifica de forma teórica por el empleo de definiciones, teorías y conceptos de autores reconocidos a nivel internacional, los cuales aportan con la elaboración del marco teórico donde se encontrará información validada, confiable y veraz, bajo cuyas teorías se establecen las dimensiones e indicadores de cada una de las variables. La satisfacción del cliente interno influye en la

percepción de la calidad en el exterior dando lugar a un servicio de calidad, por tal, se justifica la realización de esta investigación.

Asimismo, se justifica de manera práctica, dado que, al dar a conocer la situación en la que se encuentra la Gestión de la Calidad, el nivel de la Satisfacción del cliente interno y las relaciones entre éstas, se tendrá acceso a información relevante para la gerencia del hotel, en base a la cual pueden tomar medidas correctivas de ser pertinente y que consideren convenientes para mejorar, mantener o incentivar al cliente interno en su diaria labor.

La justificación metodológica radica en que desde el principio de la elaboración de este proyecto de tesis se está siguiendo con todos los procedimientos pertinentes concernientes para el nivel de investigación a la que pertenece, además, se tomará en cuenta la operacionalización de cada una de las variables para la construcción de los instrumentos de recolección de datos, lo que permitirá que otras investigaciones la utilicen como antecedente de estudios que tengan la misma problemática y similar objeto de estudio.

### **Viabilidad de la investigación**

La investigación es viable dado que se tiene con los recursos necesarios para su desarrollo, tales como recursos humanos ya que se cuenta con la guía de un asesor especialista y metodológico de la universidad, además de la disposición del personal del Hotel Decameron El Pueblo para ser partícipes a través de sus respuestas a los instrumentos que se diseñarán en el estudio.

Por otro lado, también se cuentan con recursos materiales y accesos a información actualizada tanto física como digital en torno a las variables de estudio

lo cual permitirá cumplir con los requisitos de presentación de tesis para la USMP. Asimismo, los costos en los que se incurrirá para hacerla posible no son elevados por lo que la investigación será autofinanciada.

### **Limitaciones del estudio**

La presente investigación tiene como limitantes la falta de antecedentes que contengan ambas variables objeto de estudio direccionadas desde la perspectiva del cliente interno, pues cabe precisar que es vasta la literatura sobre gestión de la calidad y satisfacción, pero desde el punto de vista del cliente externo. Frente a esta limitación se presentarán, sin embargo, aquellas investigaciones que de uno u otro modo se alinean a los objetivos.

El límite espacial del estudio es el territorio geográfico de la provincia de Lima, distrito de Ate en específico, pues es ahí donde se ubica el Hotel Decameron El Pueblo.

El límite temporal refiere al periodo de estudio, el cual es el año 2020.

# **CAPÍTULO I:**

## **MARCO TEÓRICO**

### **1.1 Antecedentes de la investigación**

#### **1.1.1 Antecedentes internacionales.**

Steffanell, Arteta y Noda (2017) en su artículo “La satisfacción del cliente interno en pequeñas y medianas empresas hoteleras”, utilizaron un estudio de enfoque mixto de tipo exploratorio descriptivo y técnicas de análisis multivariado para determinar las dimensiones y atributos caracterizadores de un cliente interno del sector hotelero colombiano, satisfecho. La razón de ello es la incidencia de la satisfacción del cliente interno sobre la gestión del servicio. Como instrumento utilizó el cuestionario aplicado a clientes internos y expertos en el tema. Con sus resultados identificaron 4 dimensiones: trabajo en grupo, estimulación laboral, contenido de la tarea y condición de bienestar; siendo el trabajo en equipo la dimensión de mayor importancia.

Civera (2008) en su investigación doctoral “Análisis de la relación entre calidad y satisfacción en el ámbito hospitalario en función del modelo de gestión establecido”, tuvieron como objetivo contrastar el modelo que determina las variables relacionadas con la calidad con el que determina las variables relacionadas con la satisfacción de los usuarios con un hospital. El método científico usado es el cualitativo, así mismo como instrumento se usó el cuestionario y el método de medición de las variables fue la escala de Likert.

Joubert (2015) en sus tesis de maestría, titulado “Los sistemas de Gestión de la Calidad en el sector hotelero: perspectivas y desafíos para su implementación en

hoteles de la ciudad de Neuquen”, su principal objetivo es indagar sobre la potencialidad y la factibilidad de aplicar SGC en los hoteles de la ciudad de Neuquén y, a partir del análisis, sugerir propuestas que permitan a los gerentes y/o dueños involucrarse paulatinamente en el proceso de implementación de estos. Se tiene que es una investigación de tipo cualitativo y se fundamentó en un proceso inductivo, el diseño de la investigación es descriptivo y la técnica utilizada fue la entrevista.

Por último se concluyó que la investigación contribuyó a dar un panorama de la situación hotelera de la ciudad de Neuquén.

Se concluyó con dos grandes dimensiones: la fiabilidad (servicio) y validez de la escala de medición, y la formación de la satisfacción, por lo que se comprobó que existe relación directa entre ambas variables y siendo determinante la satisfacción del cliente. Cabe precisar que la segunda dimensión de esta investigación es de referencia para la presente tesis.

Muñoz (2017) en su tesis de maestría “Análisis de la calidad del servicio del hotel Perla Verde de la ciudad de Esmeraldas”, analizó la calidad del servicio brindado por el personal de dicho hotel utilizando una metodología de enfoque cuantitativo, diseño no experimental y nivel descriptivo. La muestra fueron 12 colaboradores y 176 ciudadanos a los que aplicó encuestas y 2 ejecutivos a los que entrevistó. Los resultados evidenciaron deficiencias en la toma de decisiones en la gerencia, planificación operativa, ausencia de capacitaciones al personal, no existencia de manuales de funciones y procedimientos. Recomendó implementar un plan de mejoras para la fidelidad, seguridad y empatía, que permita la prestación un servicio excelente, de forma satisfaga los requerimientos de los clientes.

### **1.1.2 Antecedentes nacionales**

Sandoval (2018) en su tesis de maestría, titulado “El Sistema de Gestión de la Calidad y la atención al cliente en el restaurante El Gourmet Urbano en el distrito de San Isidro, 2015”, se tuvo como objetivo determinar la manera en que el Sistema de Gestión de la Calidad se relaciona con la atención al cliente en el restaurant El Gourmet Urbano, en el distrito de San Isidro en el 2015, de la misma manera el tipo de investigación es descriptiva y correlacional, de nivel no experimental.

Para esta investigación se aplicaron encuestas al personal del restaurante.

Finalmente, la investigación concluyó que el nivel de gestión de la calidad en los empleados es malo en cuanto al servicio, con insatisfacción al cliente y poca fidelización.

Maliza (2019), en su investigación doctoral, de nombre “Gestión de la Calidad y satisfacción de los usuarios en las direcciones distritales de educación de la provincia de Los Ríos, periodo 2014 -2016” , el objetivo principal de la investigación es determinar de qué manera la Gestión de la Calidad influye en la satisfacción de los usuarios en las direcciones distritales de educación de la provincia de los Ríos, periodo 2014 – 2016, así mismo, el diseño metodológico a utilizar es no experimental, de nivel descriptivo y correlacional, con respecto a las técnicas e instrumento a usar son las encuestas, las entrevistas y cuestionario. Finalmente, se concluyó que la Gestión de la Calidad si influye en la Satisfacción del usuario de las Direcciones Distritales de Educación de la provincia de Los Ríos.

Acuña y Villalobos (2016) en su tesis de maestría “Relación de la satisfacción laboral del cliente interno con la calidad del servicio de atención al cliente externo

en el área plataforma del Banco de Crédito del Perú Agencia Cajamarca, 2016”, utilizaron el instrumento elaborado por Sonia Palma para medir la satisfacción laboral, mientras que para la calidad de servicio se basaron en la teoría del modelo Servqual de Zeithami. Para la primera variable su muestra fue de 12 trabajadores y para la segunda, una muestra de 269 clientes. Sus resultados evidenciaron una correlación positiva y moderada con un coeficiente de 0.680.

Alanoca (2017) en su tesis de maestría “Gestión de la calidad y satisfacción laboral del personal en los servicios de salud del Hospital María Auxiliadora, 2017”, de metodología descriptiva correlacional, su objetivo fue el establecimiento de la relación entre dichas variables para una muestra de 252 trabajadores de la salud del hospital. En el caso de la gestión de la calidad evaluó tres dimensiones: requisitos de gestión, requisitos técnicos y requisitos de seguridad; y la Satisfacción del cliente interno la midió evaluando las dimensiones: incentivos y motivación, recursos para el puesto de trabajo y relaciones interpersonales. Sus resultados demuestran una relación directa y significativa con un  $Rho = 0,789$ .

## **1.2 Bases teóricas**

### **1.2.1 Gestión de la Calidad**

Tarí, Molina y Pereira (2017) mencionan que, en la actualidad, el sector turístico demanda de un compromiso enfocado en la entrega de calidad total a sus clientes, proveedores, colaboradores y sociedad en general, desarrollando principios y lineamientos encaminados al logro de objetivos. De esta manera, es necesario comprender que la Gestión de la Calidad del servicio turístico implica una gama de estrategias acorde con las nuevas exigencias de un mercado competitivo que influye en la optimización de procesos, mejora de productos y eficiencia en la organización.

Acorde con la teoría “Calidad total” que expone el ciclo PHVA (planificar, hacer, verificar y actuar) o PDCA (planificar, desarrollar, controlar y actuar), cuyos procesos son tomados en cuenta con la finalidad de mejorar para incrementar la competitividad de la entidad (Deming, 1984) citado por (Parra, 2017). De igual manera, Jurán (1993) citado por Parra (2017), con su teoría “Trilogía de Juran”, se encargó de enmarcar a la Planificación de la calidad, el control de la calidad y la mejora de la calidad. Se encarga de definir mercado y su necesidad, toma en cuenta las características del producto y servicio a lograr, desarrolla los procesos productivos, se encarga de cumplir las expectativas con conformidad, realiza una comparación del producto vs los objetivos de calidad.

Actúa, sobre las siguientes diferencias: Establecimiento de metas para la mejora continua, realiza proyectos para la solución de problemas, planificación del alcance de las metas y registro y comunicación de los resultados. Por tanto, la Gestión de la Calidad constituye un proceso enfocado en el desarrollo de políticas, planes, controles, objetivos y metas a ejecutarse en los diferentes procedimientos

de las operaciones involucradas desde la producción hasta la entrega de un bien o servicio, a fin de detectar cuellos de botellas a retroalimentarse para mejorar el producto, la eficiencia organizacional y el prestigio de la empresa.

En el caso del servicio turístico hotelero, implica un conjunto de actividades de gestión direccionadas a la búsqueda de la excelencia del servicio, por ello, centra su interés en los grupos de interés para proporcionar un servicio integral que genere experiencias gratificantes en el cliente.

Parra (2017) también cita la teoría “Cero defectos” de Crosby (1998), la cual está relacionada con la frase hacerlo bien por primera vez. Ésta incluye un proceso de mejoramiento de la calidad en 14 importantes pasos entre los que se encuentra la cultura preventiva, encargada de señalar que los errores se producen por ausencia de conocimiento, de atención o ambos. Esta teoría refiere un cambio de mentalidad para el logro de los cero defectos.

Los cuatro principios de la calidad de acuerdo con Crosby son: la calidad se define como cumplir con los requisitos, el sistema de calidad es la prevención, el estándar de la realización es cero defectos y la medida de la calidad es el precio del cumplimiento. Acorde con esto, la Gestión de la Calidad de un servicio turístico hotelero debe regirse por la mejora continua para disminuir errores en la prestación del servicio que podrían afectar la reputación de la organización y la marca país.

Unos años más tarde, en 1997, Ishikawa da a conocer su teoría “normalización industrial para el fortalecimiento de la productividad”, misma que considera siete herramientas técnicas para las cuáles se hace uso del análisis de problemas: Entre éstas se encuentra el cuadro de Pareto, el Diagrama Causa-Efecto o también llamado diagrama de Ishikawa, la estratificación, hoja de

verificación, gráficas y cuadros de control, histogramas y diagramas de dispersión en el que primero, se toma en cuenta la calidad y posteriormente la utilidad.

De esa manera, el cliente es lo más importante porque llega a prevenir y no corregir, emplea el trabajo en equipo, el compromiso de la alta dirección, los resultados a largo plazo, lo que indica que, no hay forma corta para que se alcance la calidad, se llega a medir los resultados, brindar reconocimientos y realizar un proceso de mejora continua.

En ese sentido, se infiere que la gestión de un servicio turístico hotelero engloba una serie de procedimientos, acciones y procesos interrelacionados que permiten a la entidad efectuar mejoras de forma continua en las operaciones involucradas en la entrega del servicio, puesto que, el cliente juega un rol importante en el desarrollo de medidas de corrección y prevención, así como, estrategias idóneas para ofrecer un producto de calidad, proporcionando sostenibilidad a los diversos destinos turísticos que permitan la creación de nuevas experiencias que atraigan a más clientes.

En la actualidad existen distintos modelos de calidad que se encuentran aplicados en empresas de productos y servicios, no obstante, los siguientes modelos presentarán una serie de procedimientos que brindan la posibilidad de alcanzar una adecuada gestión de la calidad:

El Modelo EFQM (European Foundation For Quality Management), considera la Gestión de la Calidad como la fuerza de excelencia en las organizaciones europeas, donde su slogan es “Las organizaciones excelentes logran y mantienen altos niveles de rendimientos que llegan a satisfacer o exceder las expectativas de sus grupos de interés”. La idea central del modelo EFQM sintetiza que la

satisfacción de los clientes y empleados se alcanza por medio de un liderazgo que motive la política y estrategia de la organización por medio de un adecuado uso de recursos y perfecta gestión de los procedimientos más relevantes de la organización con el fin de obtener resultados excelentes.

En ese sentido, en la Gestión de la Calidad de toda organización debe emprenderse directrices, políticas y lineamientos focalizados tanto en el desarrollo del recurso humano como en el logro de la satisfacción de las necesidades y exigencias vigentes de los clientes o usuarios para el alcance de la excelencia empresarial.

Payares et al., (2017) menciona entre los valores que promueve, el añadir valor al cliente (llega a satisfacer las necesidades, expectativas y oportunidades), desarrollar la capacidad organizacional (se encarga de una gestión eficaz dentro y fuera de ella), mantener creatividad e innovación (brindan un mayor valor por medio de la mejora continua e innovación sistemática), gestionar con agilidad (presenta habilidad para identificar, y responder de forma eficaz frente a las amenazas) y lograr el éxito por medio del talento corporativo para brindar resultados sostenibles (la organización que es excelente valora a sus colaboradores y delega responsabilidades en busca del logro de objetivos personales y organizacionales).

Lo anterior indica que para que se logre el éxito de una organización es necesario que se refuerce el liderazgo y se diseñe una estrategia clara, de manera que desarrolle la política organizacional, con sus colaboradores, y mejore los procesos para brindar un valor agregado a sus productos y servicios ofertados a sus clientes.

Por tanto, la Gestión de la Calidad de un servicio turístico hotelero involucra una gama de principios encaminados en el fortalecimiento de capacidades del talento humano, eficiencia de las operaciones, respuesta inmediata ante posibles cambios adversos, orientación por la continua innovación e investigación para otorgar con frecuencia productos de gran valor añadido acorde con las necesidades actuales de los clientes, capacidad de búsqueda de soluciones eficaces, entre otros lineamientos centrados en la satisfacción del cliente como en mantener una posición competitiva de los recursos turísticos y patrimonios culturales del país.

De acuerdo con Payares et al. (2017), la integración de Modelos y Normas de calidad se aplica en diversas áreas de desarrollo organizacional, de Seguridad, Medio ambiente, seguridad de información, entre otros. La integración se puede realizar de forma parcial, si se integran solo dos ramas, o más compleja con tantas ramas como sistemas estén integrados. La integración más común comprende ISO 9001, ISO 14001 y otros.

Entonces, la Gestión de la Calidad es el conjunto de acciones que realiza una directiva con el fin de direccionar y controlar las actividades de los trabajadores que conlleven al cumplimiento de los objetivos organizacionales. Para efectos de la presente investigación, se han tomado en consideración las siguientes dimensiones de la Gestión de la Calidad en base a lo expuesto por Duque y Palacios (2017):

Primero, la dimensión Elementos tangibles, determinada por la apariencia de las instalaciones físicas, los equipos, el personal y los materiales para las comunicaciones. Se evalúa por medio de dos indicadores: a) Infraestructura, concerniente a la infraestructura con la que cuenta la empresa, la tecnología, flexibilidad y fácil acceso que tienen los clientes dentro de ella; y b) Materiales

físicos, referente a los elementos físicos que brinda la empresa a sus clientes con el fin de mantenerlos informados de algún comunicado que deseen brindar.

La segunda dimensión en la Fiabilidad, determinado por la capacidad para brindar el servicio promedio de manera precisa y digna de confianza. Sus dos indicadores son: a) Confianza, concerniente a la facilidad con la que los clientes pueden dar a conocer que se sienten a gusto de recibir el servicio permitiendo que se mantenga un adecuado bienestar para con la empresa; y b) Honestidad, determinado por la reputación de la empresa, se refleja en cómo cada trabajador mantiene a sus clientes conformes con un servicio justo y sin peligro.

La tercera dimensión Capacidad de respuesta está determinada por la buena disposición para brindar ayuda a los clientes a proporcionarles un servicio expedito. Como sus indicadores se tiene: a) Rapidez, determinado por el accionar inmediato de los trabajadores frente a la necesidad del cliente; y b) Disposición, determinada cuan dispuesto está cada trabajador en la posibilidad de atender las necesidades de sus clientes.

La dimensión Seguridad refiere al conocimiento y cortesía de los empleados, así como la capacidad para transmitir seguridad y confianza. Es medible bajo el indicador Responsabilidad, pues todos los colaboradores tienen la labor de realizar de forma eficiente sus actividades laborales, donde además se muestre la habilidad de hacer las cosas correctas desde una primera instancia.

La quinta y última dimensión Empatía, es el cuidado y atención individualizada que una organización brinda a sus clientes. Se evalúa con el indicador Amabilidad, el cual determina el grado de atención que presta el colaborador a los clientes y la capacidad para reaccionar frente a sus necesidades de manera amable y paciente.

### **1.2.2 Satisfacción del cliente interno**

El cliente interno es todo aquel que, por medio de un proceso de selección y reclutamiento de colaboradores realizado por las organizaciones, es seleccionado y contratado para el desarrollo de una labor específica en un puesto de trabajo asignado, en el que un jefe directo evalúa que rinda resultados en función de sus deberes y derechos como miembros activos en una empresa, de acuerdo con Díaz y Canivell (2016).

Estos mismos autores precisan que el colaborador debe tener definido su función dentro de la empresa, comprender, creer y vender la misión a todas las personas de la organización, tener en claro las necesidades y prioridades, para que se vuelvan partícipes de la elaboración de los objetivos que pretenden alcanzar como organización.

Las necesidades que un cliente interno satisface conforme a Díaz y Canivell (2016) son personales, de crecimiento profesional, autoestima y conforme a lo que piensan diferentes autores, lo hacen por medio de trabajo, siendo el único propósito fundamental que persigue un trabajador, la adquisición de dinero y pocas veces destacan las necesidades de seguridad, de autorrealización y autoestima.

Así, como lo indica Zubiri (2013), la satisfacción del cliente interno es de suma importancia, tanto desde el punto de vista económico, como social, dado que los beneficios derivados de la misma tienen un impacto en la sociedad, pues ésta nace del marco laboral del colaborador y abarca el entorno de su vida. Las personas que se encuentran en la alta gerencia tienen que saber las características generales y específicas de sus colaboradores, y las razones que influyen en la satisfacción de

ellos, para que realicen las políticas, estrategias y acciones que les dé paso a actuar en relación con el mejoramiento estable de la empresa.

De esta manera, la satisfacción del cliente interno en un servicio turístico hotelero es un aspecto importante porque al considerar sus expectativas, intereses y motivaciones permitirá incrementar su productividad, lo cual, se reflejará en clientes satisfechos y fidelizados con el servicio, que permitirá el crecimiento competitivo de la empresa en un contexto cambiante.

Zubiri (2013) indica que las tendencias más innovadoras en el campo empresarial tienen que estar basados en la satisfacción del cliente interno, que experimentan los colaboradores internosen las organizaciones. En ese sentido, la organización puede dar a conocer las necesidades que experimentan sus trabajadores y crear los accesos necesarios para su bienestar. Lo cual, constituye el núcleo principal de su motivación en el trabajo y el interés parte del hecho de que la motivación es el poder que mueve a las personas con el fin de realizar una acción o actividad humana.

Las diferentes conceptualizaciones brindadas por distintos autores permiten definir a la satisfacción del cliente interno como el nivel de complacencia de las necesidades de los trabajadores dentro de una empresa a través de la aplicación de las estrategias de recursos humanos ejecutadas por la gerencia y que permiten que el cliente interno se encuentre en un nivel de motivación máxima para realizar sus actividades laborales.

Es importante dar a conocer las características esenciales de la satisfacción del cliente interno, el cual, según Zayas et al. (2015), da lugar a que se muestre preocupación por el bienestar de los colaboradores y de la organización:

La estructura, determinado por la manera en que las acciones de las empresas se organizan, fraccionan y coordinan, de forma que, incluye una serie de aspectos como el control administrativo, niveles jerárquicos, división de funciones y tareas, y relación e interdependencia entre los niveles que la conforman. También, la naturaleza y contenido de trabajo, determinado como la percepción del trabajo de trabajo como variedad de habilidades, independencia, importancia y significación de las labores, importancia, autonomía, organización y creatividad.

Zayas et al. (2015) también indica que las costumbres, valores y normativas están determinados por el conjunto de suposiciones, creencias, cultura y valores que comparten entre los involucrados, llegando a crear un ambiente humano en que los colaboradores realizan sus actividades. En la cultura influye todo lo que sucede en la empresa y crea una característica única.

Los indicadores de la cultura están formados por, sistemas, procedimientos, patrones de comunicación, de filosofías y metas. Dentro de la característica del salario y la estimulación se encuentra la remuneración y compensación que se encuentra relacionado a los sistemas de pago, la promoción, las posibilidades de superación personal y la evaluación del desempeño.

Asimismo, juzga la estimulación por el conocimiento, la suficiencia, la correspondencia y el equilibrio entre los factores axiológicos y materiales, así como la organización y percepción del sistema de motivación.

Las condiciones de trabajo se determinan por la existencia de los materiales y herramientas necesarios para realizar las labores, el transporte, la higiene y orden. Las condiciones ergonómicas seguras y estéticas. En las condiciones de

bienestar están el desarrollo personal y profesional, los horarios de trabajo, la alimentación, los servicios de salud, actividades culturales, deportivos y recreativos.

Además, se toman en cuenta los aspectos sociopsicológicos, que se caracterizan por relaciones interpersonales, determinado por el proceso de interacción social, en el que intervienen al menos dos o más personas con el fin de intercambiar ideas, opiniones, sentimientos, información, estrategias e instrucciones del trabajo, también se debe considerar las relaciones entre las personas, las relaciones entre directivos, las posibilidades de interacción social, la preocupación por los problemas de las personas, la solución de conflictos, la pertenencia y la orientación.

Zayas et al., (2015) también mencionan al liderazgo y toma de decisiones, influencia por medio de la cual un individuo o conjunto de personas pueden obtener que los miembros de una organización colaboren de forma voluntaria y con entusiasmo en la obtención de los objetivos planteados. Este liderazgo es el proceso de influencia, motivación y ayuda con el fin de transformar el potencial que brinda un grupo en realidad; y compromiso con el trabajo, determinado por el grado en el cual un individuo se llega a identificar con sus labores, participa de forma activa dentro de él y considera su desempeño relevante para la valoración propia.

Entre las dimensiones de la Satisfacción del cliente interno a evaluarse en la presente investigación de acuerdo con Charaja y Mamani (2014) se encuentran: primero, el trabajo en grupo: llega a permitir que todos los trabajadores utilicen las mismas ideas, y motivación de los miembros del equipo, así también como que se aprovechen de mejor manera el tiempo de los miembros del equipo y de su dirección, mejorando la productividad y satisfaciendo la organización.

Sus indicadores son: a) mecanismos de trabajo, métodos empleados, para que se alcance a realizar las tareas de manera adecuada y correcta; y b) condiciones de trabajo, facilidades que se les brinda a los colaboradores para que realicen sus actividades laborales de manera independiente.

La segunda dimensión es Estimulación, determinado por las acciones de atender y desarrollo en los individuos las motivaciones intrínsecas de logro o autorrealización, especialmente importancia en el alto desempeño, en la excelencia en el trabajo de las personas y empresas laborales.

Se evalúa con los indicadores: a) Autonomía de actividades, determinado por darle a los colaboradores la capacidad de resolver los inconvenientes que suelen presentarse en el ámbito laboral de forma independiente, o de acuerdo lo crea adecuado; y b) Remuneraciones, determinado por el salario, incluye bonificaciones, beneficios económicos por el buen cumplimiento de sus labores, esto permite que el colaborador se sienta valorado y motivado para la consecución de sus actividades.

La tercera dimensión Desarrollo está determinado por el nivel de escalas que posee una empresa y que tiene la posibilidad que sus trabajadores puedan ascender del puesto en el que se encuentran actualmente y está determinado por los siguientes indicadores.

Sus indicadores son: a) Oportunidades, conjunto de opciones que brinda una empresa para que el trabajador pueda crecer profesionalmente y como persona por medio de actividades de reforzamiento; y b) Capacitaciones, de manera constante

conforme al nivel de puesto de cada trabajador, con el fin que, de alguna forma este fortalezca las capacidades que tiene y resuelva dudas, y también se maneje una misma idea para todos los trabajadores.

Maslow (1991) Indica en su teoría de la jerarquía de las necesidades humanas, que se tiene los siguientes dimensiones e indicadores: necesidades fisiológicas (horario de trabajo razonable, comodidad física, periodos de descanso), seguridad (estabilidad en el empleo, remuneración y beneficios, condiciones seguras de trabajo), necesidades sociales (gerente amigable, Interacción con los clientes, amistad con los colegas), autoestima (ascensos, orgullo y reconocimiento, responsabilidad por resultados) y la autorrealización (participación en las decisiones, diversidad y autonomía, trabajo creativo y desafiante).

De la misma manera, se evidenciará a Herzberg.

Herzberg (1966) explicó la teoría llamada de los factores para dar a entender el comportamiento de los individuos en situaciones de trabajo. El autor reseña que hay factores motivacionales y de higiene que repercuten en el comportamiento de las personas.

Se cuenta con dos factores

Factores higiénicos o factores extrínsecos: se dan principalmente en las situaciones laborales y su desempeño en el mismo. Las principales motivaciones son el sueldo, los beneficios sociales, la manera como gestionan los superiores, las condiciones físicas y ambientales de trabajo, la política y directrices de la empresa, Se concluye que cuando estos factores se dan de manera positiva únicamente se evita la insatisfacción.

Factores motivacionales o factores intrínsecos: Se establece principalmente por motivaciones internas, el clima laboral idóneo dentro de las organizaciones, así como el reconocimiento profesional, el crecimiento profesional y la autorrealización

### **1.3 Definición de términos básicos**

**Cliente interno:** Para Steffanell et al. (2017), es el compañero de trabajo en una determinada área, el cual posee un profundo conocimiento del área pertinente, con el cual procurará dentro de lo posible, un recorrido a tal efecto o la información necesaria para facilitar sus actividades laborales.

**Estimulación:** Zayas et al. (2015) lo define como el grupo de acciones que permiten dar ánimo a las personas a continuar con una determinada rutina, de esa forma se llega a motivar a realizar el correspondiente funcionamiento de una empresa y fomentar la actividad o mejorar el rendimiento.

**Gestión de la Calidad:** Duque y Palacios (2017) lo conceptualiza como el conjunto de procesos de orientar la información, maquinaria, trabajo de tal manera que los clientes se encuentran conformes con los productos y servicios que brinda una determinada organización.

**Satisfacción:** Para Díaz y Canivell (2016) la satisfacción está determinada por la complacencia de todas las acciones que conllevan a solventar las necesidades de los clientes internos y externos, además conlleva a cumplir o sobrepasar las expectativas de las personas.

**Trabajo en equipo:** Durán (2018) indica que es el conjunto de personas, que pertenecen a una misma organización y que de alguna manera permiten que se logre un objetivo plasmado dentro de ella, el cual tiene como finalidad continuar con un propósito en común.

## **CAPÍTULO II:**

### **HIPÓTESIS Y VARIABLES**

#### **2.1 Formulación de hipótesis principal y derivadas**

##### **2.1.1 Hipótesis general**

2.1.1.1 Existe relación directa y significativa entre Gestión de la Calidad y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo, Ate, Lima - 2020.

##### **2.1.2 Hipótesis específicas**

2.1.2.1 Existe relación directa y significativa entre tangibilidad y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo en Lima, 2020.

2.1.2.2 Existe relación directa y significativa entre fiabilidad y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo, Ate, Lima - 2020.

2.1.2.3 Existe relación directa y significativa entre capacidad de respuesta y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo, Ate, Lima - 2020.

2.1.2.4 Existe relación directa y significativa entre seguridad y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo, Ate, Lima - 2020.

2.1.2.5 Existe relación directa y significativa entre empatía y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo, Ate, Lima - 2020.

## 2.2 Variables y definición operacional

**Tabla 1:** Operacionalización de las variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Técnica
Gestión de la Calidad	Conjunto de acciones que permiten a una empresa llevar a cabo un determinado servicio o producto de manera adecuada, tomando en cuenta las necesidades y expectativas de los clientes (Duque y Palacios, 2017).	La Gestión de la Calidad se medirá con una encuesta en base a sus dimensiones Elementos tangibles, Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad y Empatía.	Tangibilidad	Apariencia moderna Apariencia pulcra	Encuesta
			Fiabilidad	Solucionar problemas Prestar bien el servicio Cumple tiempos acordados	
			Capacidad de respuesta	Servicio rápido y ágil Disposición y ayuda	
			Seguridad	Transmiten confianza Equipo amable Equipo capacitado	
			Empatía	Horario Adecuado Atención personalizada Intereses del cliente	
Satisfacción del cliente interno	Es nivel de complacencia que siente el trabajador respecto de sus necesidades dentro de una organización y su motivación para realizar sus actividades laborales (Zubiri, 2013).	La Satisfacción del cliente interno se medirá con una encuesta, en base a sus dimensiones: satisfactores y no satisfactores	No satisfactores	Condiciones de trabajo Salario Relaciones con el supervisor Beneficios y servicios sociales	Encuesta
			Satisfactores	Reconocimiento Progreso profesional Responsabilidad	

Fuente: Elaboración propia 2020

## **CAPÍTULO III: METODOLOGÍA**

### **3.1 Diseño metodológico**

#### **3.1.1 Enfoque de la investigación**

En el presente estudio se trabajó bajo el enfoque cuantitativo, teniendo en cuenta que es secuencial y probatorio (Baptista, Fernández, & Hernández, 2014). Importante resaltar que se ha probado la hipótesis por medio del análisis estadístico, los instrumentos de recolección y medición de variables, han sido bien estructurados para así poder garantizar la confiabilidad y validez de los datos obtenidos (Del Castillo, Marroquin, Sanchez, & Villegas, 2014)

Importante resaltar la naturaleza del estudio, se utilizó el método observacional, donde se ha medido la relación entre variables mediante un instrumento que se ha elaborado de acuerdo a nuestro problema planteado. (Baptista, et al., 2014)

#### **3.1.2 Tipo de la investigación**

Se busca ser práctico con los resultados a obtener para así poder aplicarlos, es por ello que se utilizará la investigación aplicada, es importante mencionar que se propone mejoras, programas de gestión, se propone herramientas de análisis y propuestas empresariales (Vara, 2015).

Asimismo, nuestro diseño es no experimental, se resaltar por ser estudios que realizan sin alguna manipulación de las variables, es decir, solo se observó los fenómenos en su ambiente natural para luego pasar al respectivo procesamiento de datos (Baptista, et al., 2014)

### **3.1.3 Nivel de la investigación**

El nivel correlacional, tiene como pilar en conocer la relación entre dos o más conceptos, asimismo, será de diseño no experimental, pues el investigador no tiene control sobre las variables, el corte es transversal ya que mide la relación en un solo momento dado (Baptista, et al., 2014)

Los diseños transeccionales o correlacionales, analizaron la relación para conocer su nivel de influencia, en otras palabras, su finalidad es poder determinar el grado de relación entre las variables (Carrasco, 2013)

Además, se caracteriza por haber aplicado los conocimientos y resultados, para así el diseño y la producción puedan lograr el bienestar de la sociedad (Muñoz, 2015)

## **3.2 Diseño muestral**

### **3.2.1 Población**

Es el conjunto de personas o cosas que comparten características, además de encontrarse en un espacio que cambia al pasar el tiempo (Vara, 2015). Para este caso fue los colaboradores del hotel Decameron El Pueblo ubicado en Ate, Lima, cumplen rol importante para determinar los objetivos plasmados, estos datos serán entregados por el área de Talento Humano del Hotel.

### **3.2.2 Muestra**

Es el conjunto de características extraídas de la población, seleccionados por algún método racional (Vara, 2015)

Es importante mencionar que la muestra debe ser representativa, por ende, existen procedimientos con la probabilidad y selección de unidades (Baptista, et al., 2014). El estudio estará conformado por 100 colaboradores, como la población es pequeña, se tomara el total de la población del hotel Decameron El Pueblo ubicado en

Ate, Lima, considerando el 100% del total para determinar la relación entre las variables a estudiar.

### **3.2.3 Muestreo**

El muestreo es el proceso de extraer una muestra a partir de una población, se aplicara el no probabilistico, intencional o por criterio, su base es el conocimiento y criterio del investigador (Vara, 2015)

### **3.2.4 Criterios de exclusión e inclusión.**

Exclusión: Personas sin contrato laboral, asimismo, que tengan menos de 1 año trabajando en el hotel, que sean menores de edad y mas de 60 años.

Inclusión: Se tomará en cuenta a los colaboradores que tengan 13 meses laborando en la compañía con contrato tiempo completo.

## **3.3 Técnicas de recolección de datos**

El instrumentos utilizado para la recolección de datos, fue elaborado conforme a la matriz de la operacionalización de variables. Por cada indicador de cada dimensión se plantearán preguntas que propicien medir cada variable y conocer acerca de cómo se encuentra cada una en el contexto particular del Hotel Decameron El Pueblo. Se utilizará instrumento a la encuesta tipo cuestionario, un conjunto de ítems direccionados para extraer información específica a una muestra de personas.

### **3.3.1 Validez y Confiabilidad**

La confiabilidad, producira resultados consistentes y coherentes, es por ello que se utilizara el coeficiente alfa cronbach (Baptista, et al., 2014)

La validez de expertos, mide la variable de interes, de acuerdo con expertos en el tema, el juicio de al menos 3 expertos, quienes deberán ser personas conocedoras

de los temas que se están tratando para que puedan dar su visto bueno a las preguntas formuladas (Baptista, et al., 2014)

De obtener observaciones en las preguntas éstas serán absueltas y se procederá a medir la confiabilidad de ambos instrumentos de forma estadística, esto es, aplicando una prueba piloto, de cuyos datos se obtenga el resultado de la prueba alpha de Cronbach, mismo que mide cuán confiable son los instrumentos para su aplicación a la muestra total de estudio.

**Tabla 2:** Estadística de Fiabilidad

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,883	,876	20

**Fuente:** SPSS 25

El coeficiente de Alfa de Cronbach, se realizo prueba piloto a 20 personas, luego se realizo con la muestra de 100 colaboradores, alcanzó 0,876 de confiabilidad, lo que constituye una fuerte confiabilidad del instrumento.

### **3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información**

#### **3.4.1 Descripción de los instrumentos**

Los instrumentos que se usaron son fiables y válidos, se construyeron para medir o registrar las variables, a través de preguntas, afirmaciones o indicadores llamados ítems. (Vara, 2015)

#### **3.4.2 A nivel descriptivo**

Se realizaron interpretaciones descriptivas de los resultados obtenidos. En razón a ello, se trabajaron con tablas de frecuencia, porcentajes y figuras.

### 3.4.3 Análisis ligados a la Hipótesis

Cada hipótesis presentada en la investigación tendrá una comprobación estadística usando el programa estadístico SPSS versión 25 en el cual se procesarán las series de datos de los cuestionarios de ambas variables. Primero se evaluará la prueba de normalidad y de acuerdo con ello, se seleccionará el tratamiento de las correlaciones, sea Pearson, Spearman u otro. Para determinar si se acepta cada hipótesis, se verificará que la significancia bilateral sea menor a 0,05. Asimismo, el coeficiente de correlación para calificarlo si es baja, moderada o alta.

Asimismo el instrumento utilizado, la encuesta tipo cuestionario ha sido validado mediante la medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin y se obtuvo un resultado de 0,500 lo que le da una alta validez al instrumento aplicado.

**Tabla 3: Kmo y prueba de Bartlett para la validez del instrumento.**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,500
Approx. Chi-Square		99,458
Bartlett's Test of Sphericity	Df	1
	Sig.	,000

Fuente: SPSS 25

## 3.5 Aspectos éticos

### 3.5.1 Confidencialidad

Los datos obtenidos concernientes a las variables se aplicarán primero, con el conocimiento de las personas que forman parte de la muestra del trabajo, de los colaboradores del Hotel. Se les informará, asimismo, que no se expondrán sus nombres y sus respuestas son anónimas.

### **3.5.2 Reserva de datos obtenidos**

Este aspecto ético señala refiere a que los datos a obtenerse tanto de parte de los trabajadores como información de la empresa serán solamente para realizar el estudio pertinente, y no se manipulará ninguno de ellos a conveniencia del autor.

## CAPÍTULO IV: RESULTADOS

### 4.1 Análisis de los resultados cuantitativos

**Tabla 4 :** Trabajo con nuevos equipos y tecnologías de apariencia moderna.

N	Válidos	100
	Perdidos	0
Media		4,20
Mediana		4,00
Moda		4
Des. Típ.		,603
Varianza		,364

**Fuente:** Encuesta

De acuerdo a la tabla n°4, se evidencia que se han validado el total de la muestra, no cuenta con perdidos.

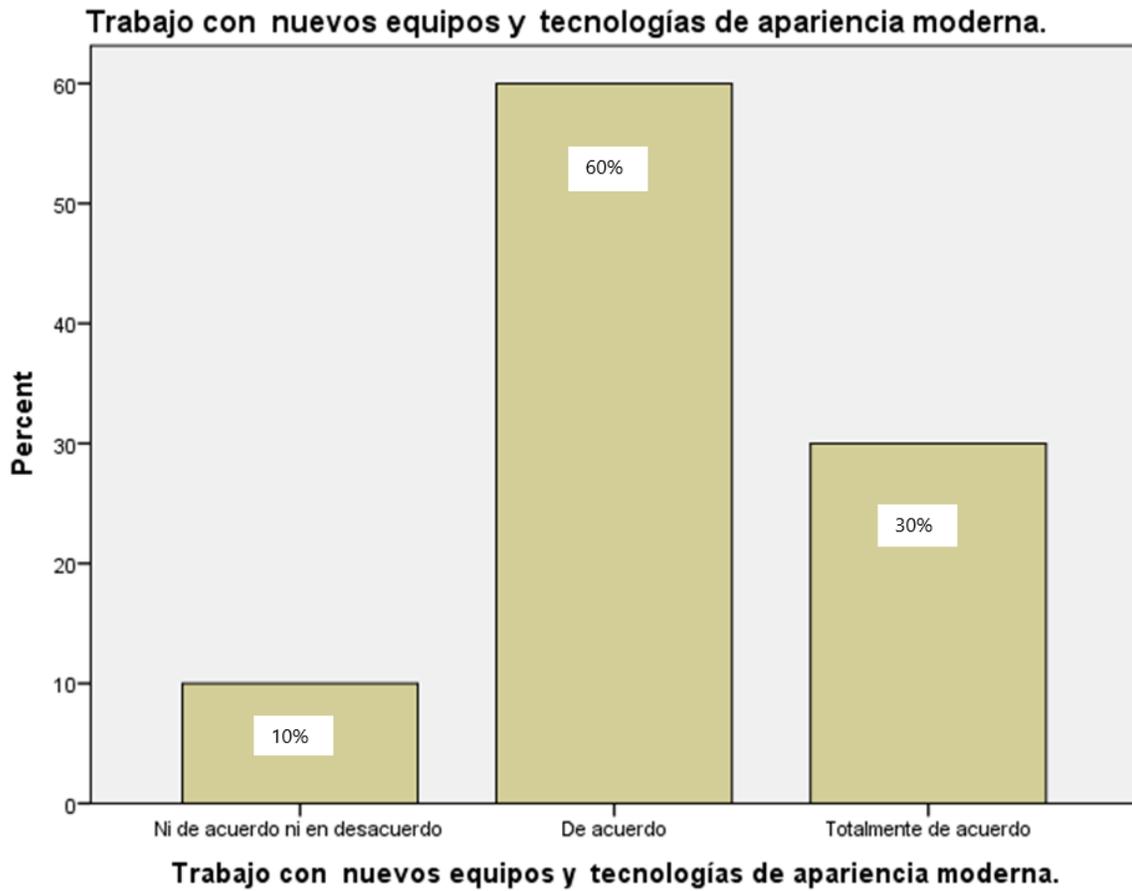
**Tabla 5:** Trabajo con nuevos equipos y tecnologías de apariencia moderna

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	10,0	10,0	10,0
Valido De acuerdo	60	60,0	60,0	70,0
Totalmente de acuerdo	30	30,0	30,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

Tal y como se ve en la tabla n°5, la mayoría de los resultados son “De acuerdo”, que en escala de Likert tiene un valor de 4, por tanto, son resultados positivos.

**Gráfico 1:** Trabajo con nuevos equipos y tecnologías de apariencia moderna



**Fuente:** Encuesta

**Interpretación.** - Según se evidencia en el gráfico N°1, se observa que el 60% de los trabajadores encuestados comentan que el trabajo con nuevos equipos y tecnologías de apariencia moderna es adecuado, mientras que el 30% refieren que están totalmente de acuerdo. Se observa también que la gran parte de trabajadores se sienten a gusto con los nuevos equipos y tecnología de apariencia moderna.

**Tabla 6:** Considero que usando el uniforme mantengo una apariencia pulcra.

N	Válidos	100
	Perdidos	0
Media		4,30
Mediana		4,00
Moda		5
Des. Típ.		,718
Varianza		,515

**Fuente:** Encuesta

De acuerdo a la tabla n°6, se evidencia que se han validado el total de la muestra, no cuenta con perdidos.

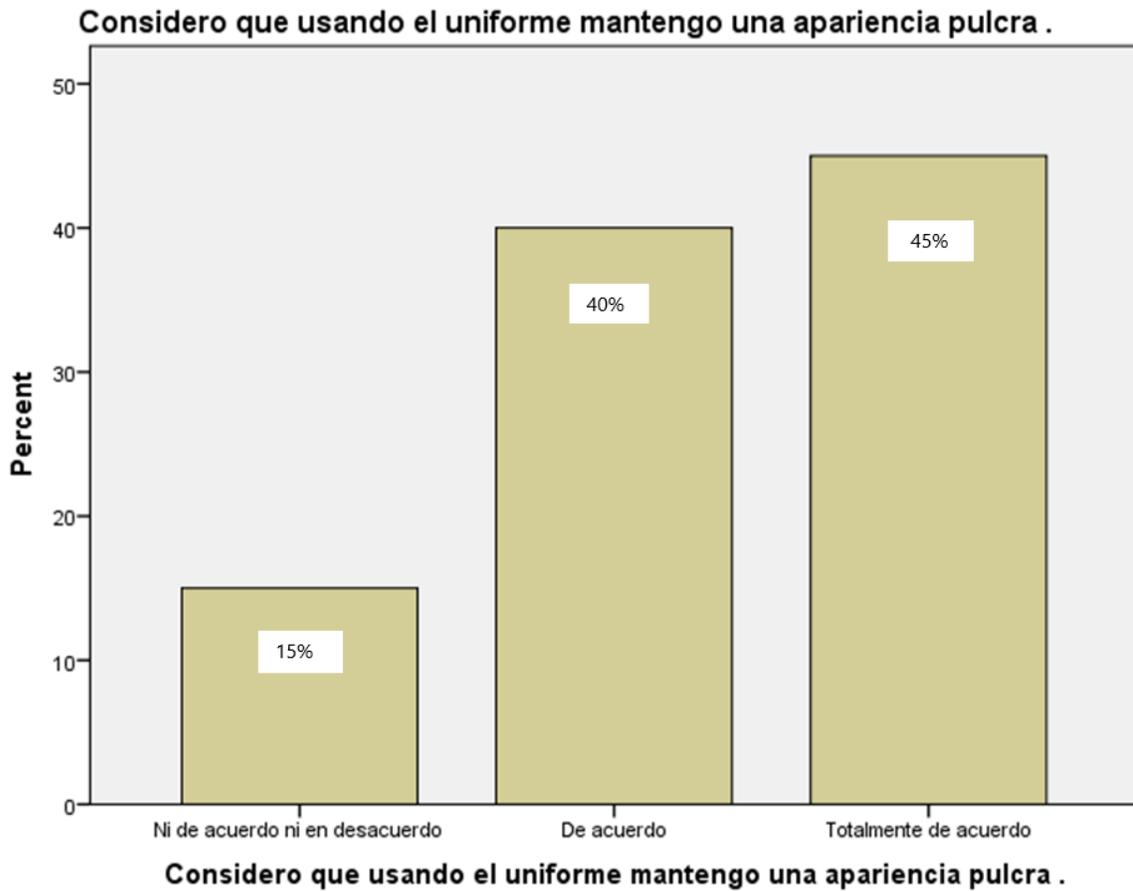
**Tabla 7:** Considero que usando el uniforme mantengo una apariencia pulcra.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	15,0	15,0	15,0
Válidos De acuerdo	40	40,0	40,0	55,0
Totalmente de acuerdo	45	45,0	45,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

Tal y como se ve en la tabla n°7, la mayoría de los resultados son “Totalmente de acuerdo”, que en escala de Likert tiene un valor de 5, por tanto, son resultados positivos.

**Gráfico 2:** Considero que usando el uniforme mantengo una apariencia pulcra.



**Fuente:** Encuesta

**Interpretación.** - Según se evidencia en el gráfico N°2, podemos observar que el 45% de los trabajadores consideran que usando el uniforme mantienen una apariencia pulcra es totalmente adecuado, mientras que el 40% refieren que están de acuerdo. Se evidencia también que la mayor parte de trabajadores se sienten a gusto usando un uniforme con apariencia pulcra.

**Tabla 8:** Cuando un cliente tiene un inconveniente, muestro un sincero interés en solucionarlo.

N	Válidos	100
	Perdidos	0
Media		4,50
Mediana		5,00
Moda		5
Des. Típ.		,595
Varianza		,354

**Fuente:** Encuesta

De acuerdo a la tabla n°8, se evidencia que se han validado el total de la muestra, no cuenta con perdidos.

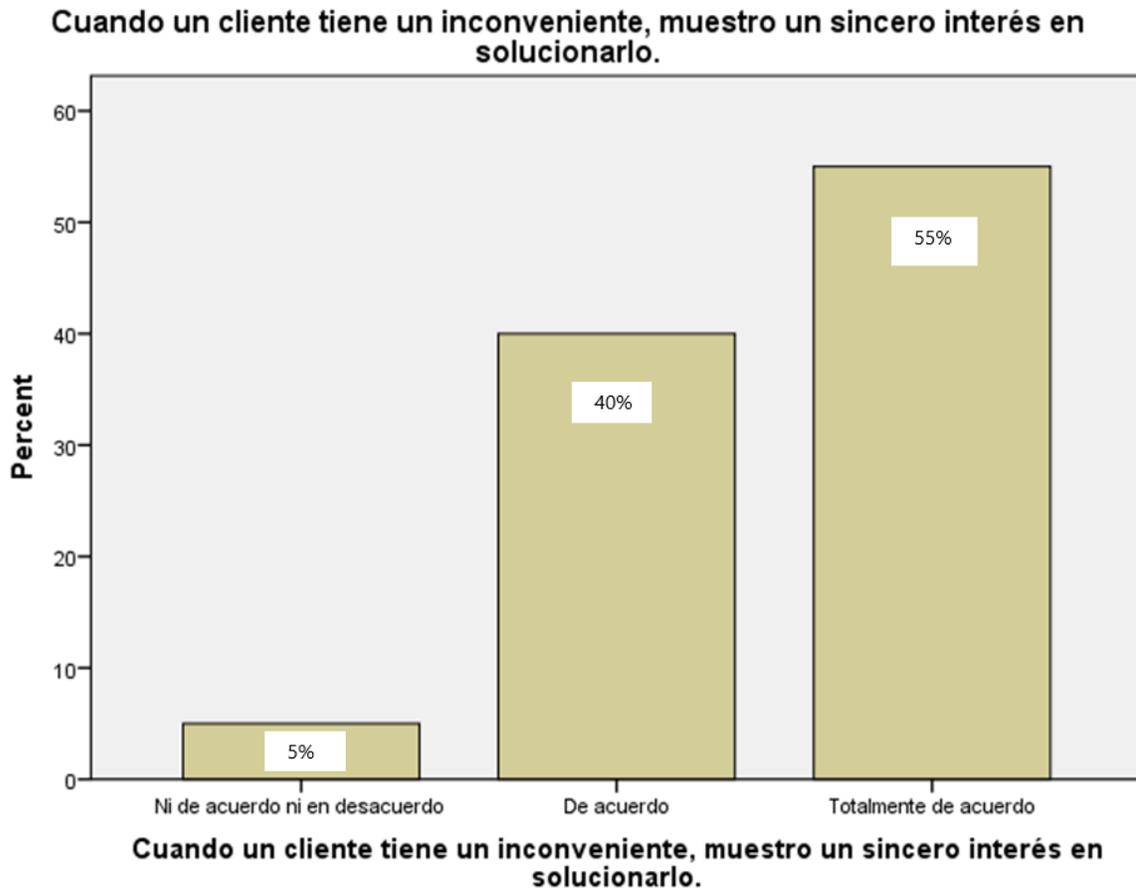
**Tabla 9:** Cuando un cliente tiene un inconveniente, muestro un sincero interés en solucionarlo.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	5,0	5,0	5,0
Valid De acuerdo	40	40,0	40,0	45,0
Totalmente de acuerdo	55	55,0	55,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

Tal y como se ve en la tabla n°9, la mayoría de los resultados son “Totalmente de acuerdo”, que en escala de Likert tiene un valor de 5, por tanto, son resultados positivos.

**Gráfico 3:** Cuando un cliente tiene un inconveniente, muestro un sincero interés en solucionarlo.



**Fuente:** Encuesta

**Interpretación.** - Según evidencia en el gráfico N°3, podemos notar que el 55% de los trabajadores están totalmente de acuerdo de que cuando un cliente tiene un inconveniente, muestran un sincero un sincero interés en solucionarlo, mientras que el 40% refieren que están de acuerdo. Se evidencia también hay vocación genuina de servicio hacia el huésped.

**Tabla 10:** Presto un servicio en el tiempo, de acuerdo a los estándares exigidos..

N	Válidos	100
	Perdidos	0
Media		4,50
Mediana		4,50
Moda		4 <sup>a</sup>
Des. Típ.		,503
Varianza		,253

**Fuente:** Encuesta

De acuerdo a la tabla n°10, se evidencia que se han validado el total de la muestra, no cuenta con perdidos.

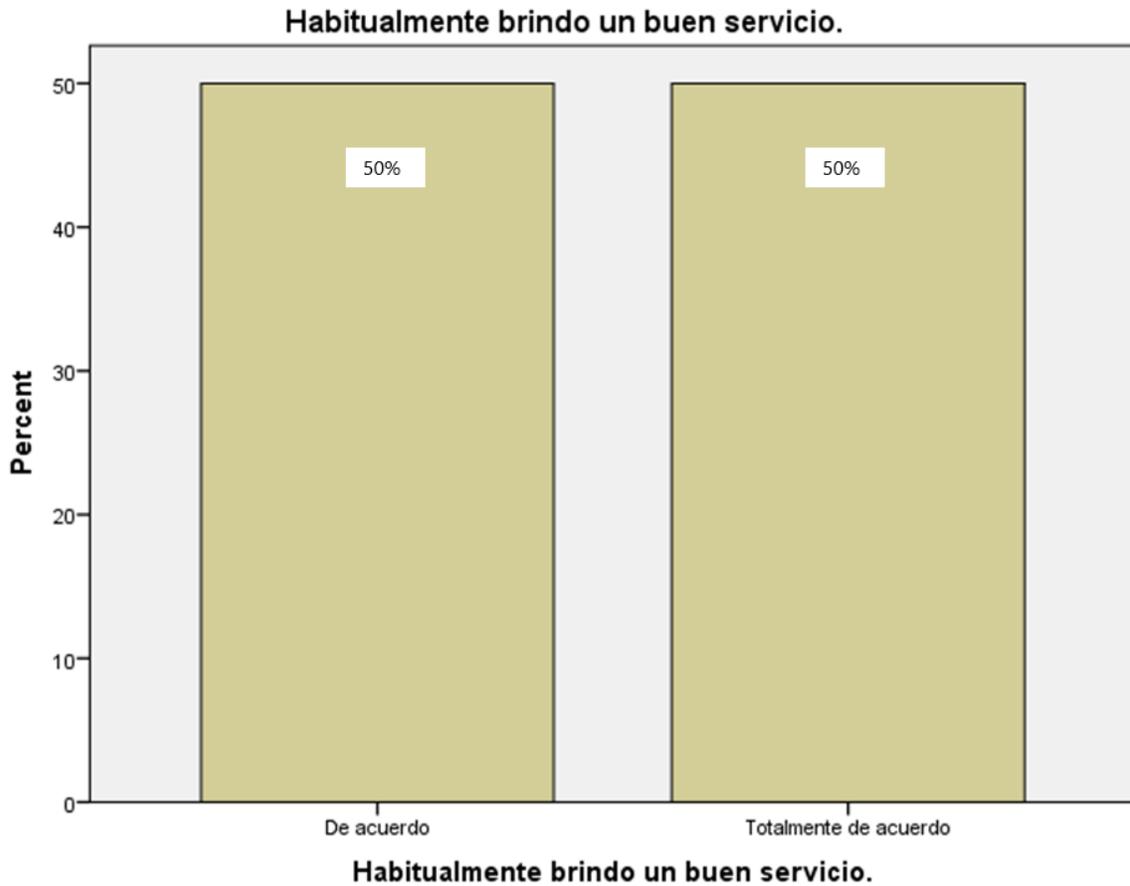
**Tabla 11:** Presto un servicio en el tiempo, de acuerdo a los estándares exigidos..

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
De acuerdo	50	50,0	50,0	50,0
Válidos Totalmente de acuerdo	50	50,0	50,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

Tal y como se ve en la tabla n°11, la mitad está “Totalmente de acuerdo”, que en escala de Likert tiene un valor de 5, por tanto, son resultados positivos.

**Gráfico 4:** Presto un servicio en el tiempo, de acuerdo a los estándares exigidos.



**Fuente:** Encuesta

**Interpretación.** - Según se evidencia en el gráfico N°4, podemos notar que el 50% de los trabajadores están totalmente de acuerdo de que brindan un buen servicio, así mismo, el 50% refieren que están de acuerdo. Se evidencia que habitualmente los trabajadores brindan un buen servicio.

**Tabla 12:** Presto un servicio en el tiempo de acuerdo a los estándares exigidos.

N	Válidos	100
	Perdidos	0
Media		4,45
Mediana		5,00
Moda		5
Des. Típ.		,672
Varianza		,452

**Fuente:** Encuesta

De acuerdo a la tabla n°12, se evidencia que se han validado el total de la muestra, no cuenta con perdidos.

**Tabla 13:** Presto un servicio en el tiempo, de acuerdo a los estándares exigidos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	10,0	10,0	10,0
Válidos De acuerdo	35	35,0	35,0	45,0
Totalmente de acuerdo	55	55,0	55,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

Tal y como se ve en la tabla n°13, la mayoría de los resultados son “Totalmente de acuerdo”, que en escala de Likert tiene un valor de 5, por tanto, son resultados positivos.

**Gráfico 5:** Presto un servicio en el tiempo, de acuerdo a los estándares exigidos.



**Fuente:** Encuesta

**Interpretación.** - Según se evidencia en el gráfico N°5, podemos notar que el 55% de los trabajadores están totalmente de acuerdo de que presta un servicio en el tiempo, de acuerdo a los estándares exigidos, mientras que el 35% refieren que están de acuerdo. Se evidencia que los trabajadores son eficientes en sus tiempos de respuesta frente a los requerimientos de los huéspedes.

**Tabla 14:** Ofrezco un servicio rápido y ágil.

N	Válidos	100
	Perdidos	0
	Media	4,50
	Mediana	5,00
	Moda	5
	Des. Típ.	,674
	Varianza	,455

**Fuente:** Encuesta

De acuerdo a la tabla n°14, se evidencia que se han validado el total de la muestra, no cuenta con perdidos.

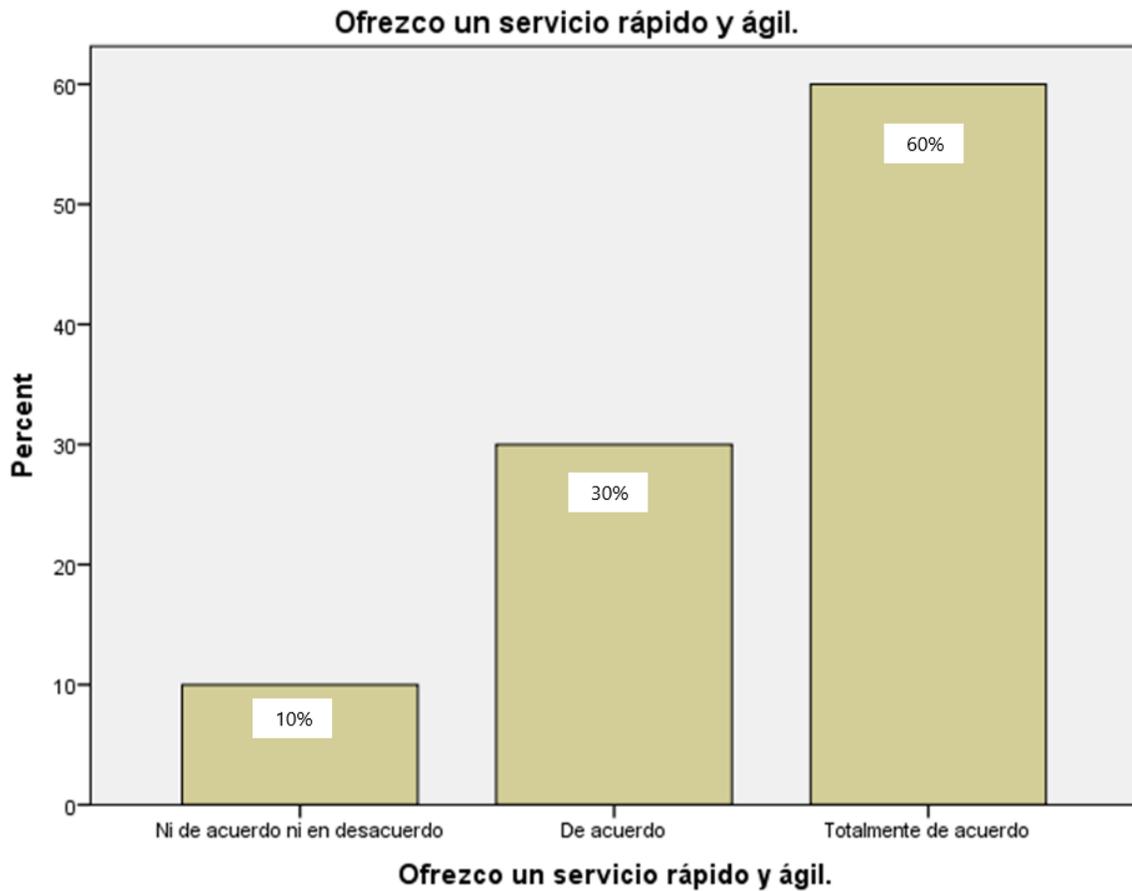
**Tabla 15:** Ofrezco un servicio rápido y ágil.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	10,0	10,0	10,0
Válidos De acuerdo	30	30,0	30,0	40,0
Totalmente de acuerdo	60	60,0	60,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

Tal y como se ve en la tabla n°15, la mayoría de los resultados son “Totalmente de acuerdo”, que en escala de Likert tiene un valor de 5, por tanto, son resultados positivos.

**Gráfico 6:** Ofrezco un servicio rápido y ágil.



**Fuente:** Encuesta

**Interpretación.** - Según se evidencia en el gráfico N°6, podemos notar que el 60% de los trabajadores están totalmente de acuerdo de que ofrece un servicio rápido y ágil, mientras que el 30% refieren que están de acuerdo. Se evidencia que los trabajadores frecuentemente ofrecen un servicio rápido, siempre con sentido de urgencia.

**Tabla 16:** Siempre estoy dispuesto a ayudar.

N	Válidos	100
	Perdidos	0
Media		4,15
Mediana		4,00
Moda		5
Des. Típ.		,857
Varianza		,735

**Fuente:** Encuesta

De acuerdo a la tabla n°16, se evidencia que se han validado el total de la muestra, no cuenta con perdidos.

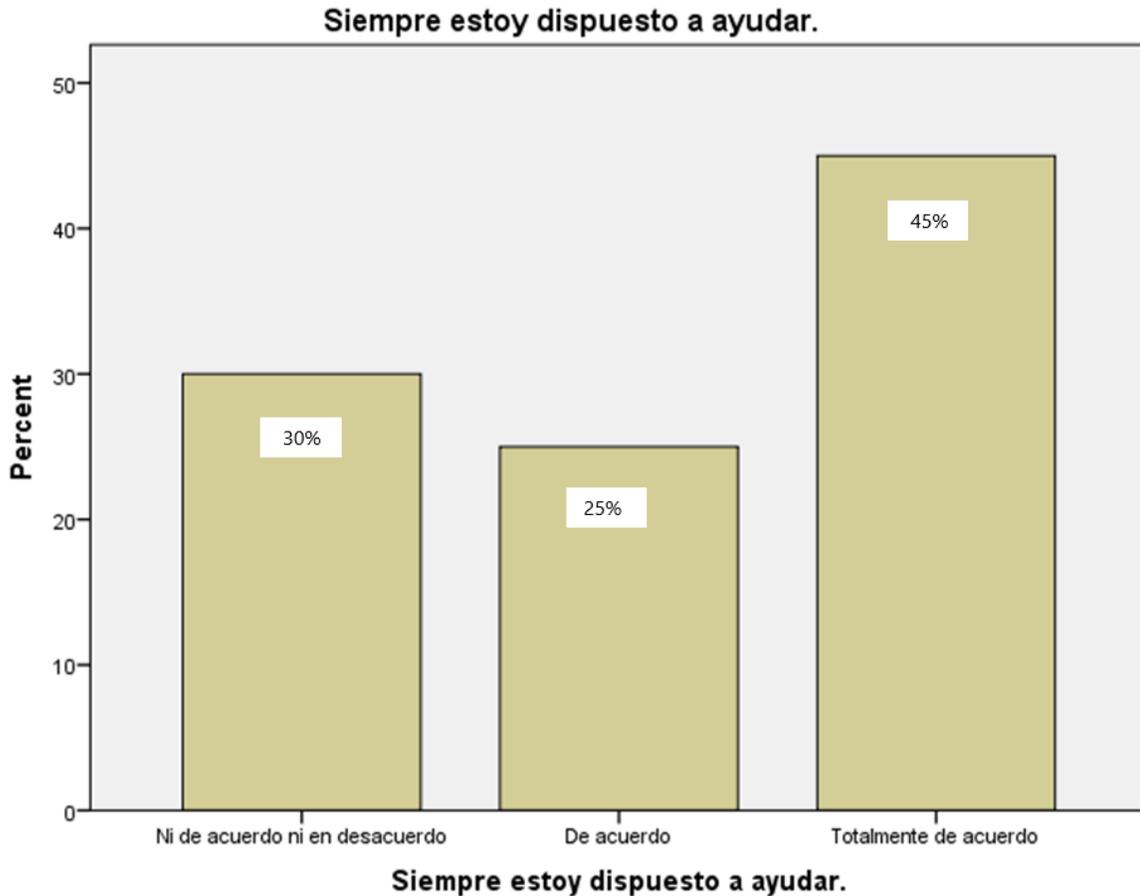
**Tabla 17:** Siempre estoy dispuesto a ayudar.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	30	30,0	30,0	30,0
Valid De acuerdo	25	25,0	25,0	55,0
Totalmente de acuerdo	45	45,0	45,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

Tal y como se ve en la tabla n°17, la mayoría de los resultados son “Totalmente de acuerdo”, que en escala de Likert tiene un valor de 5, por tanto, son resultados positivos.

**Gráfico 7:** Siempre estoy dispuesto a ayudar.



**Fuente:** Encuesta

**Interpretación.** - Según se evidencia en el gráfico N°7, notamos que el 45% de los trabajadores están totalmente de acuerdo de que siempre están dispuestos a ayudar, mientras que el 30% refieren que están ni de acuerdo ni en desacuerdo. Se evidencia que los trabajadores siempre están pendientes de ayudar, tanto entre compañeros, así como al huésped.

**Tabla 18:** Por mi comportamiento suelo transmitir confianza.

N	Válidos	100
	Perdidos	0
Media		4,35
Mediana		4,00
Moda		4
Des. Típ.		,575
Varianza		,331

**Fuente:** Encuesta

De acuerdo a la tabla n°18, se evidencia que se han validado el total de la muestra, no cuenta con perdidos.

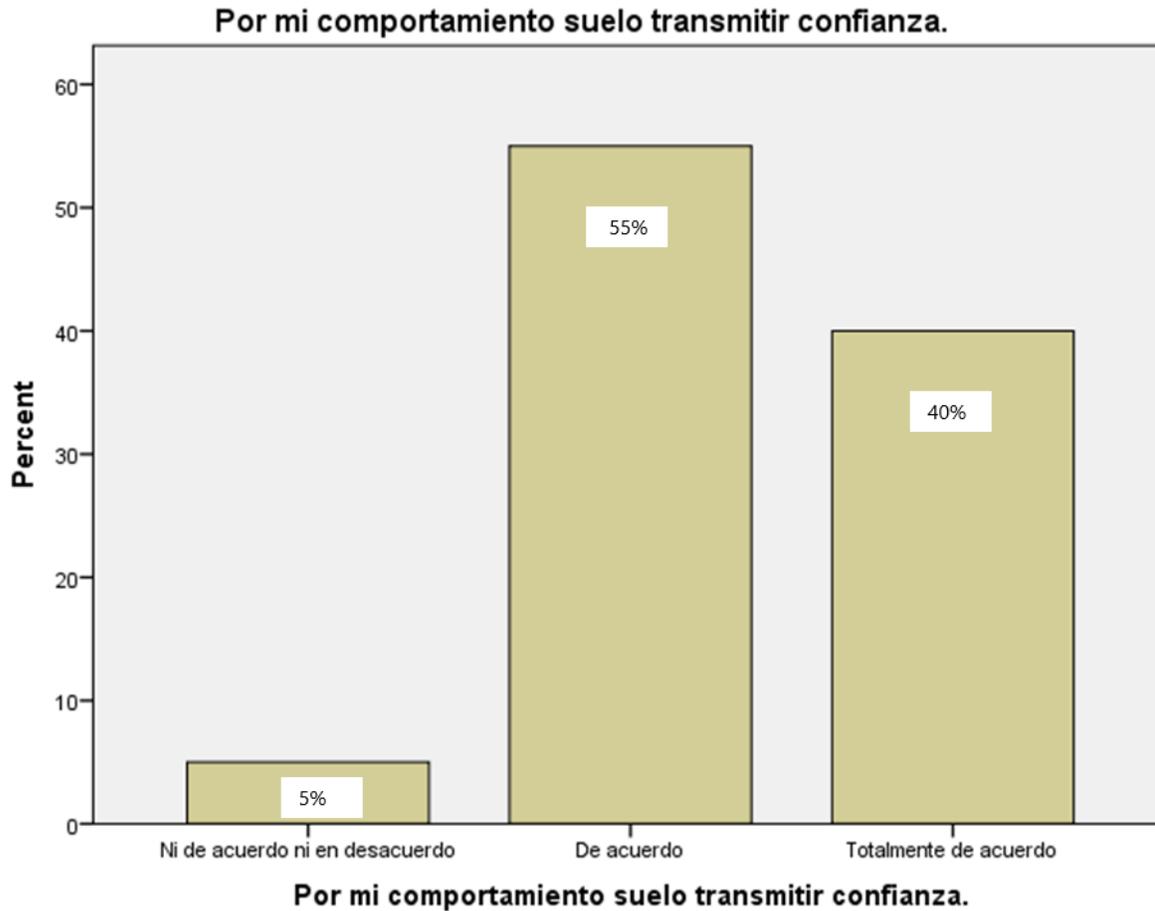
**Tabla 19:** Por mi comportamiento suelo transmitir confianza.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	5,0	5,0	5,0
Válidos De acuerdo	55	55,0	55,0	60,0
Totalmente de acuerdo	40	40,0	40,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

Tal y como se ve en la tabla n°19, la mayoría de los resultados son “De acuerdo”, que en escala de Likert tiene un valor de 4, por tanto, son resultados positivos.

**Gráfico 8:** Por mi comportamiento suelo transmitir confianza.



**Fuente:** Encuesta

**Interpretación.** - Según se aprecia en el gráfico N°8, notamos que el 55% de los trabajadores están de acuerdo de que su comportamiento suele transmitir confianza, mientras que el 40% refieren que están totalmente de acuerdo. Se evidencia que los trabajadores tienen actitudes positivas de cara a las actividades que realizan en el hotel.

**Tabla 20:** Siempre soy amable.

N	Válido	100
	Perdidos	0
Media		4,30
Mediana		4,00
Moda		4
Des. Típ.		,644
Varianza		,414

**Fuente:** Encuesta

De acuerdo a la tabla n°20, se evidencia que se han validado el total de la muestra, no cuenta con perdidos.

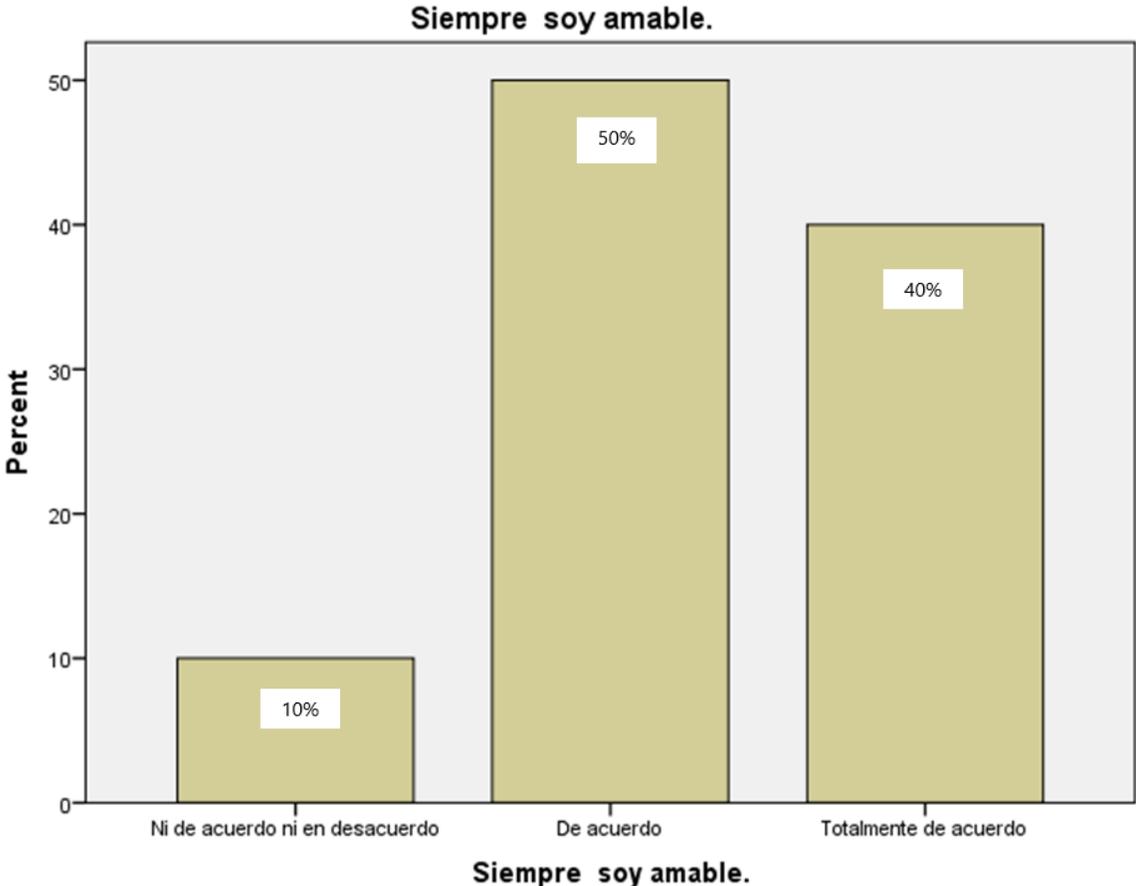
**Tabla 21:** Siempre soy amable.

	Frecuencia	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	10,0	10,0	10,0
Valid De acuerdo	50	50,0	50,0	60,0
Totalmente de acuerdo	40	40,0	40,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

Tal y como se ve en la tabla n°21, la mayoría de los resultados son “De acuerdo”, que en escala de Likert tiene un valor de 4, por tanto, son resultados positivos.

**Gráfico 9:** Siempre soy amable.



**Fuente:** Encuesta

**Interpretación.** - Según se aprecia en el gráfico N°9, notamos que el 50% de los trabajadores están de acuerdo de que siempre son amables, mientras que el 40% refieren que están totalmente de acuerdo. Se evidencia que los trabajadores frecuentemente son amables con sus compañeros y huéspedes.

**Tabla 22:** Tengo conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los huéspedes.

N	Válidos	100
	Perdidos	0
Media		4,10
Mediana		4,00
Moda		4
Des. Típ.		,704
Varianza		,495

**Fuente:** Encuesta

De acuerdo a la tabla n°22, se evidencia que se han validado el total de la muestra, no cuenta con perdidos.

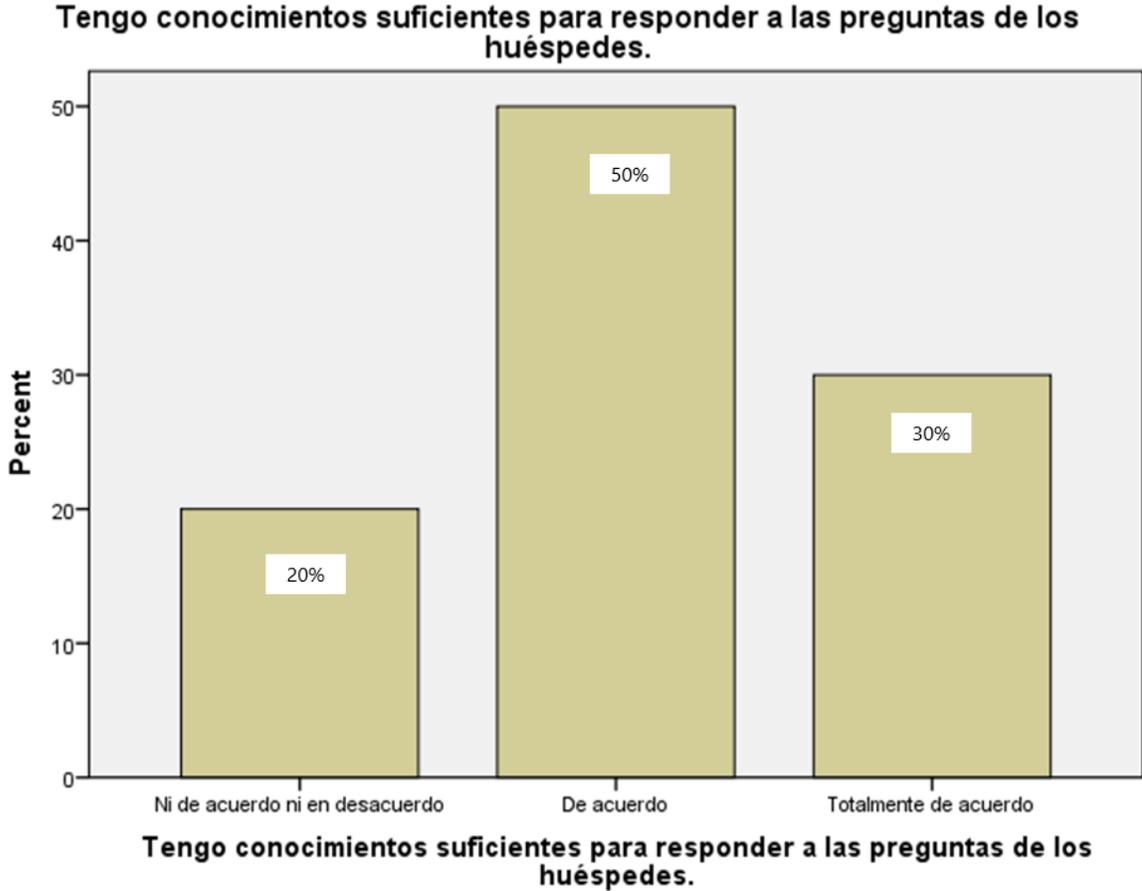
**Tabla 23:** Tengo conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los huéspedes.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	20,0	20,0	20,0
Válidos De acuerdo	50	50,0	50,0	70,0
Totalmente de acuerdo	30	30,0	30,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

Tal y como se ve en la tabla n°23, la mayoría de los resultados son “De acuerdo”, que en escala de Likert tiene un valor de 4, por tanto, son resultados positivos.

**Gráfico 10:** Tengo conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los huéspedes.



**Fuente:** Encuesta

**Interpretación.** - Según se aprecia en el gráfico N°10, notamos que el 50% de los trabajadores están de acuerdo de que tienen conocimiento suficiente para responder a las inquietudes de los huéspedes, mientras que el 30% refieren que están totalmente de acuerdo. Se evidencia que los trabajadores cuentan con conocimientos sólidos frente a las inquietudes de los huéspedes.

**Tabla 24:** Tengo un horario laboral adecuado.

N	Válidos	100
	Perdidos	0
Media		4,35
Mediana		4,50
Moda		5
Des. Típ.		,730
Varianza		,533

**Fuente:** Encuesta

De acuerdo a la tabla n°24, se evidencia que se han validado el total de la muestra, no cuenta con perdidos.

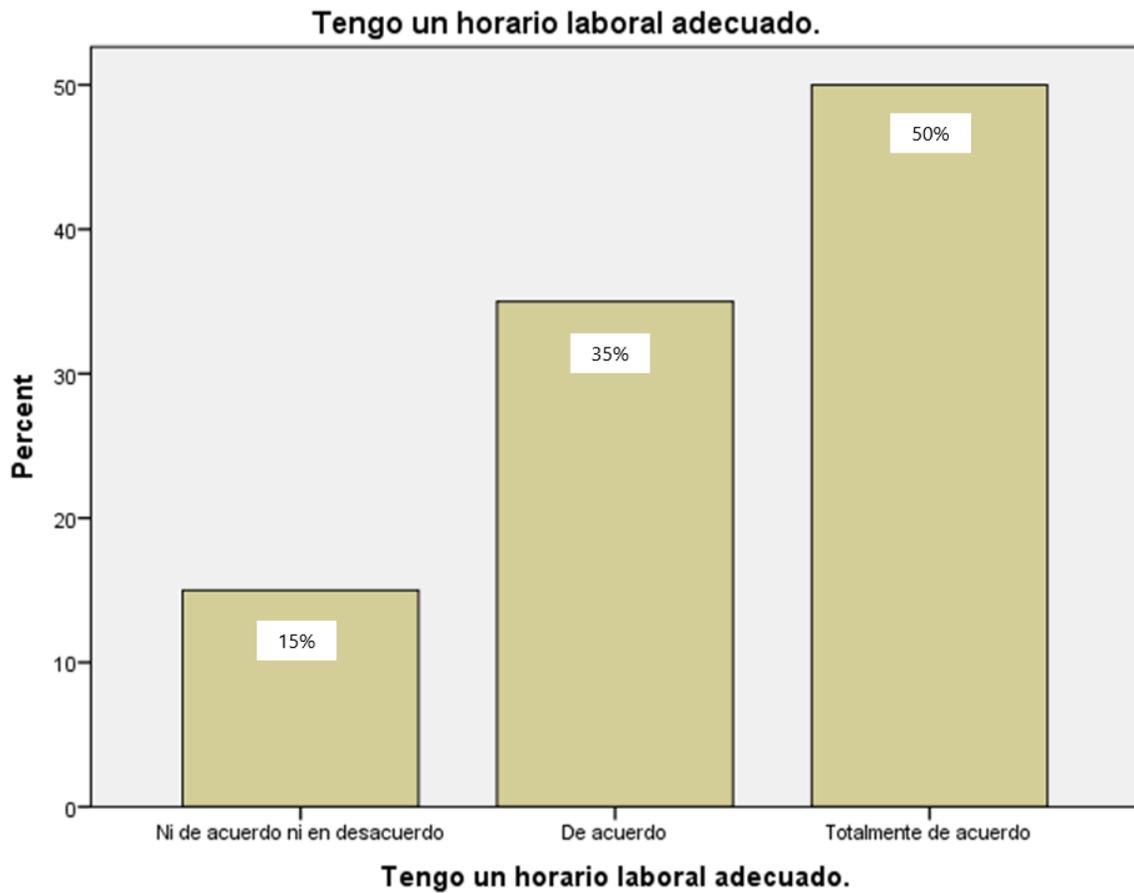
**Tabla 25:** Tengo un horario laboral adecuado.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	15,0	15,0	15,0
Válidos De acuerdo	35	35,0	35,0	50,0
Totalmente de acuerdo	50	50,0	50,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

Tal y como se ve en la tabla n°25, la mayoría de los resultados son “Totalmente de acuerdo”, que en escala de Likert tiene un valor de 5, por tanto, son resultados positivos.

**Gráfico 11:** Tengo un horario laboral adecuado.



**Fuente:** Encuesta

**Interpretación.** - Según se aprecia en el gráfico N°11, notamos que el 50% de los trabajadores están totalmente de acuerdo de que tienen un horario laboral adecuado, mientras que el 35% refieren que están de acuerdo. Se evidencia que los trabajadores están satisfechos con el horario que disponen los empleadores.

**Tabla 26:** Ofrezco información y atención personalizada.

N	Válidos	100
	Perdidos	0
Media		4,40
Mediana		5,00
Moda		5
Des. Típ.		,804
Varianza		,646

**Fuente:** Encuesta

De acuerdo a la tabla n°26, se evidencia que se han validado el total de la muestra, no cuenta con perdidos.

**Tabla 27:** Ofrezco información y atención personalizada.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	20,0	20,0	20,0
Válidos De acuerdo	20	20,0	20,0	40,0
Totalmente de acuerdo	60	60,0	60,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

Tal y como se ve en la tabla n°27, la mayoría de los resultados son “Totalmente de acuerdo”, que en escala de Likert tiene un valor de 5, por tanto, son resultados positivos.

**Gráfico 12:** Ofrezco información y atención personalizada.



**Fuente:** Encuesta

**Interpretación.** - Según se aprecia en el gráfico N°12, notamos que el 60% de los trabajadores están totalmente de acuerdo de que ofrecen información y atención personalizada, por otro lado, que el 20% refieren que están de acuerdo. Se evidencia que los trabajadores se encuentran capacitados para abordar al cliente de manera personalizada.

**Tabla 28:** Busco lo mejor para los intereses del cliente.

N	Válidos	100
	Perdidos	0
Media		4,25
Mediana		4,00
Moda		4
Des. Típ.		,626
Varianza		,391

**Fuente:** Encuesta

De acuerdo a la tabla n°28, se evidencia que se han validado el total de la muestra, no cuenta con perdidos.

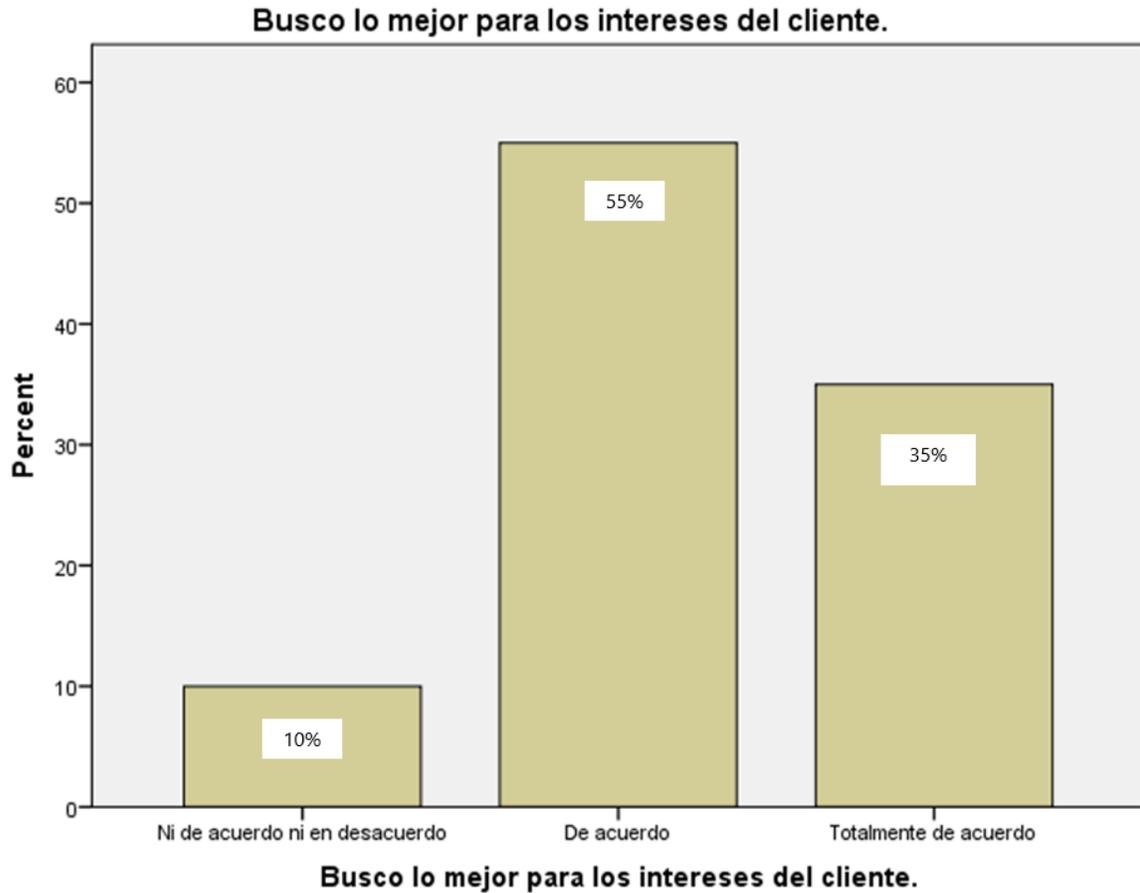
**Tabla 29:** Busco lo mejor para los intereses del cliente.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	10,0	10,0	10,0
Válidos De acuerdo	55	55,0	55,0	65,0
Totalmente de acuerdo	35	35,0	35,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

Tal y como se ve en la tabla n°29, la mayoría de los resultados son “De acuerdo”, que en escala de Likert tiene un valor de 4, por tanto, son resultados positivos.

**Gráfico 13:** Busco lo mejor para los intereses del cliente.



**Fuente:** Encuesta

**Interpretación.** - Según se aprecia en el gráfico N°13, notamos que el 55% de los trabajadores están de acuerdo de que buscan lo mejor para los intereses del cliente, mientras que el 35% refieren que están totalmente de acuerdo. Se evidencia que los trabajadores tienen vocación de servicio genuino hacia los huéspedes.

**Tabla 30:** El Hotel Decameron El Pueblo otorga buenas condiciones de trabajo.

N	Válidos	100
	Perdidos	0
Media		4,15
Mediana		4,00
Moda		4
Des. Típ.		,657
Varianza		,432

**Fuente:** Encuesta

De acuerdo a la tabla n°30, se evidencia que se han validado el total de la muestra, no cuenta con perdidos.

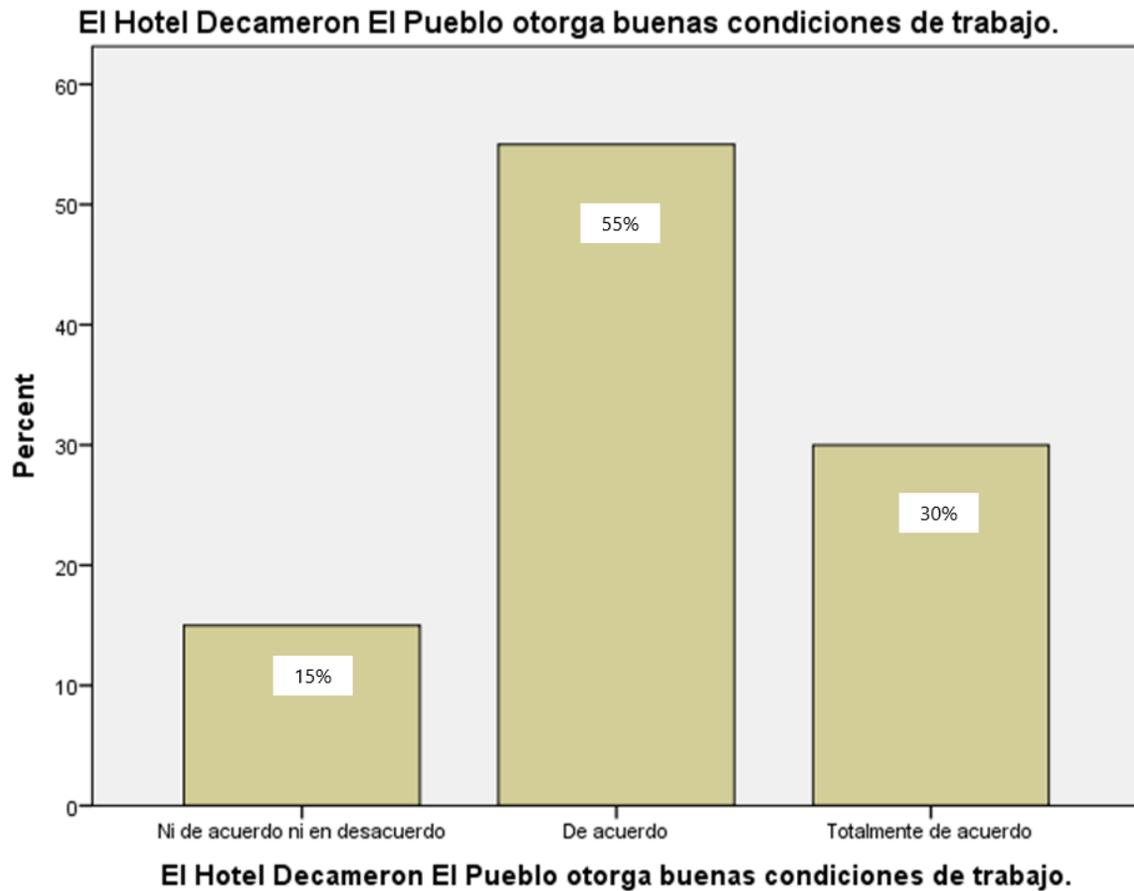
**Tabla 31:** El Hotel Decameron El Pueblo otorga buenas condiciones de trabajo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	15,0	15,0	15,0
Válidos De acuerdo	55	55,0	55,0	70,0
Totalmente de acuerdo	30	30,0	30,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

Tal y como se ve en la tabla n°31, la mayoría de los resultados son “De acuerdo”, que en escala de Likert tiene un valor de 4, por tanto, son resultados positivos.

**Gráfico 14:** El Hotel Decameron El Pueblo otorga buenas condiciones de trabajo.



**Fuente:** Encuesta

**Interpretación.** - Según se aprecia en el gráfico N°14, notamos que el 55% de los trabajadores están de acuerdo de que el Hotel El Pueblo otorga buenas condiciones de trabajo, mientras que el 30% refieren que están totalmente de acuerdo. Se evidencia que los trabajadores se encuentran satisfechos con las condiciones de trabajo facilitadas.

**Tabla 32:** El salario que me brinda el hotel está acorde al mercado.

N	Válidos	100
	Perdidos	0
Media		4,30
Mediana		4,00
Moda		5
Des. Típ.		,718
Varianza		,515

**Fuente:** Encuesta

De acuerdo a la tabla n°32, se evidencia que se han validado el total de la muestra, no cuenta con perdidos.

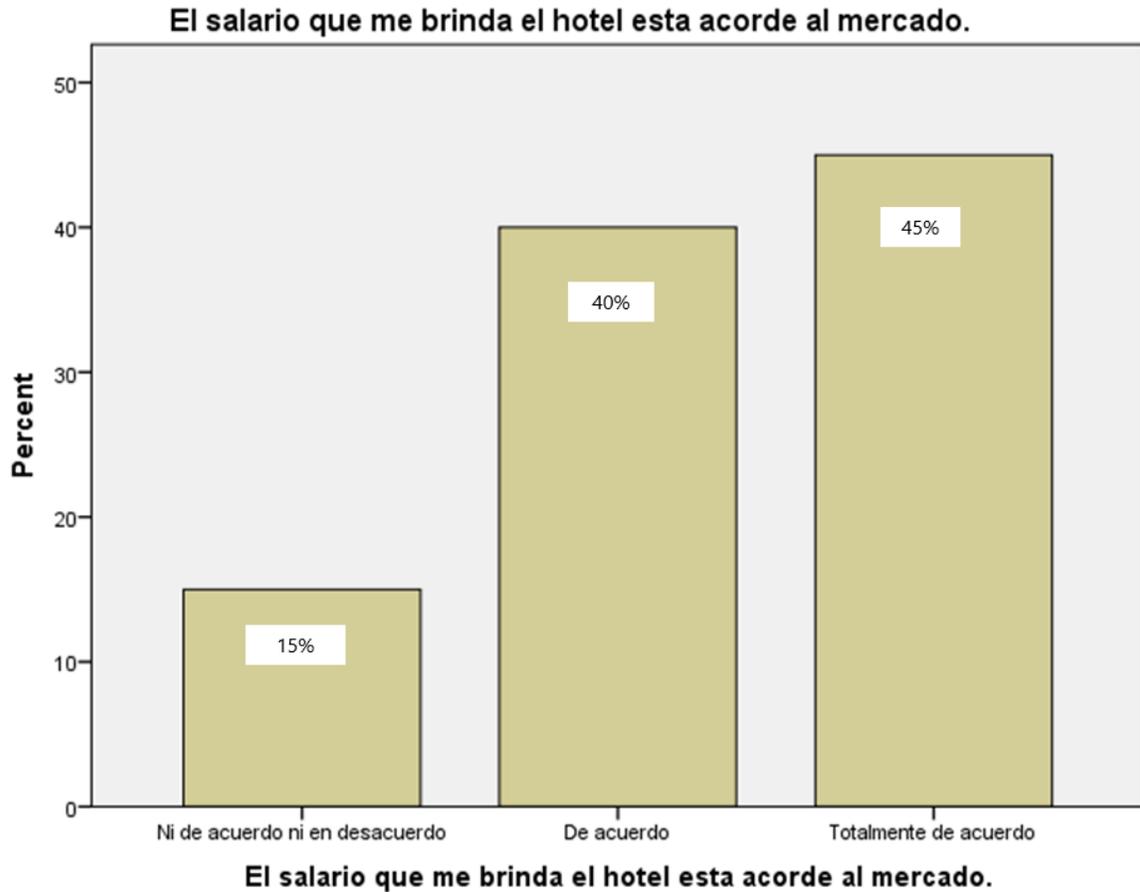
**Tabla 33:** El salario que me brinda el hotel está acorde al mercado.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	15,0	15,0	15,0
Válidos De acuerdo	40	40,0	40,0	55,0
Totalmente de acuerdo	45	45,0	45,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

Tal y como se ve en la tabla n°33, la mayoría de los resultados son “Totalmente de acuerdo”, que en escala de Likert tiene un valor de 5, por tanto, son resultados positivos.

**Gráfico 15:** El salario que me brinda el hotel está acorde al mercado.



**Fuente:** Encuesta

**Interpretación.** - Según se aprecia en el gráfico N°15, notamos que el 45% de los trabajadores están totalmente de acuerdo de que el salario que brinda el hotel está acorde al mercado, mientras que el 40% refieren que están de acuerdo. Se evidencia que los trabajadores se encuentran satisfechos con las remuneraciones percibidas.

**Tabla 34:** La relación con mi supervisor inmediato es la más idónea, lo cual permite cumplir mis objetivos.

N	Válidos	100
	Perdidos	0
Media		4,25
Mediana		4,00
Moda		4
Des. Típ.		,626
Varianza		,391

**Fuente:** Encuesta

De acuerdo a la tabla n°34, se evidencia que se han validado el total de la muestra, no cuenta con perdidos.

**Tabla 35:** La relación con mi supervisor inmediato es la más idónea, lo cual permite cumplir mis objetivos.

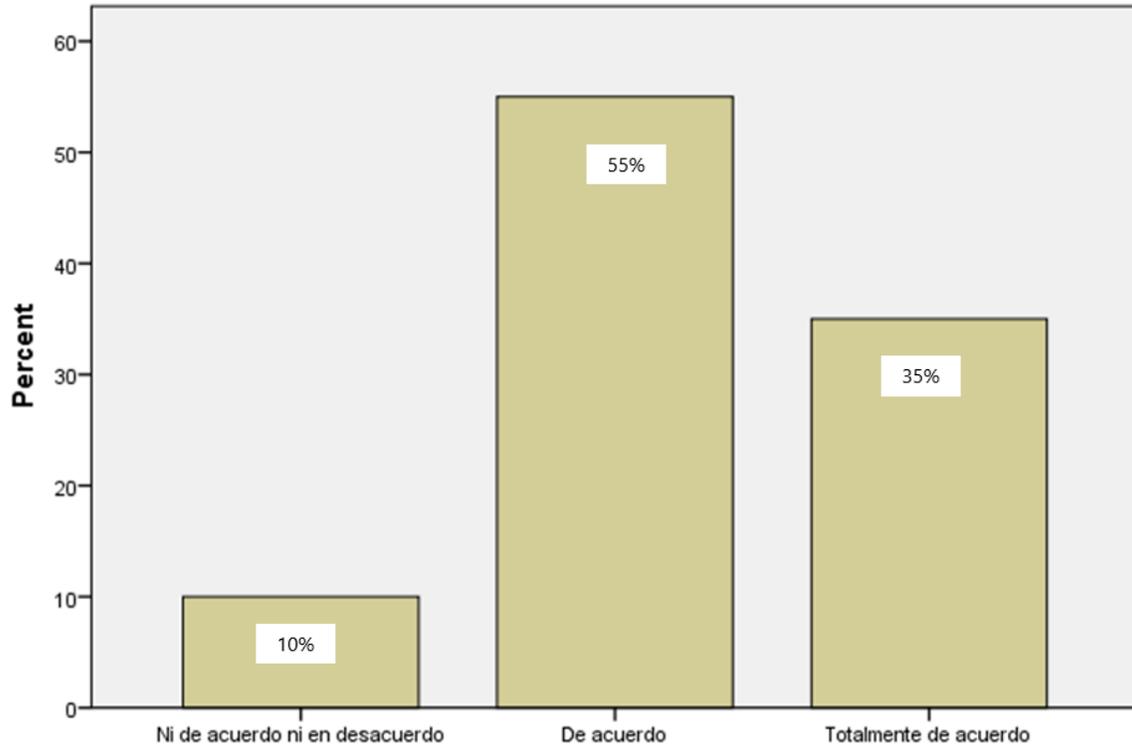
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	10,0	10,0	10,0
Válidos De acuerdo	55	55,0	55,0	65,0
Totalmente de acuerdo	35	35,0	35,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

Tal y como se ve en la tabla n°35, la mayoría de los resultados son “De acuerdo”, que en escala de Likert tiene un valor de 4, por tanto, son resultados positivos.

**Gráfico 16:** La relación con mi supervisor inmediato es la más idónea, lo cual permite cumplir mis objetivos.

**La relación con mi supervisor inmediato es la más idónea, lo cual permite cumplir mis objetivos.**



**La relación con mi supervisor inmediato es la más idónea, lo cual permite cumplir mis objetivos.**

**Fuente:** Encuesta

**Interpretación.** - Según se aprecia en el gráfico N°16, notamos que el 55% de los trabajadores están de acuerdo de que la relación con el supervisor inmediato es idónea, lo cual permite cumplir con los objetivos, mientras que el 35% refieren que están totalmente de acuerdo. Se evidencia que los trabajadores llevan una excelente relación con sus supervisores y/o jefe inmediato, lo cual permite un clima laboral idóneo.

**Tabla 36:** El Hotel Decameron El Pueblo me otorga todos los beneficios y servicios sociales.

N	Válidos	100
	Perdidos	0
Media		4,25
Mediana		4,00
Moda		4
Des. Típ.		,626
Varianza		,391

**Fuente:** Encuesta

De acuerdo a la tabla n°36, se evidencia que se han validado el total de la muestra, no cuenta con perdidos.

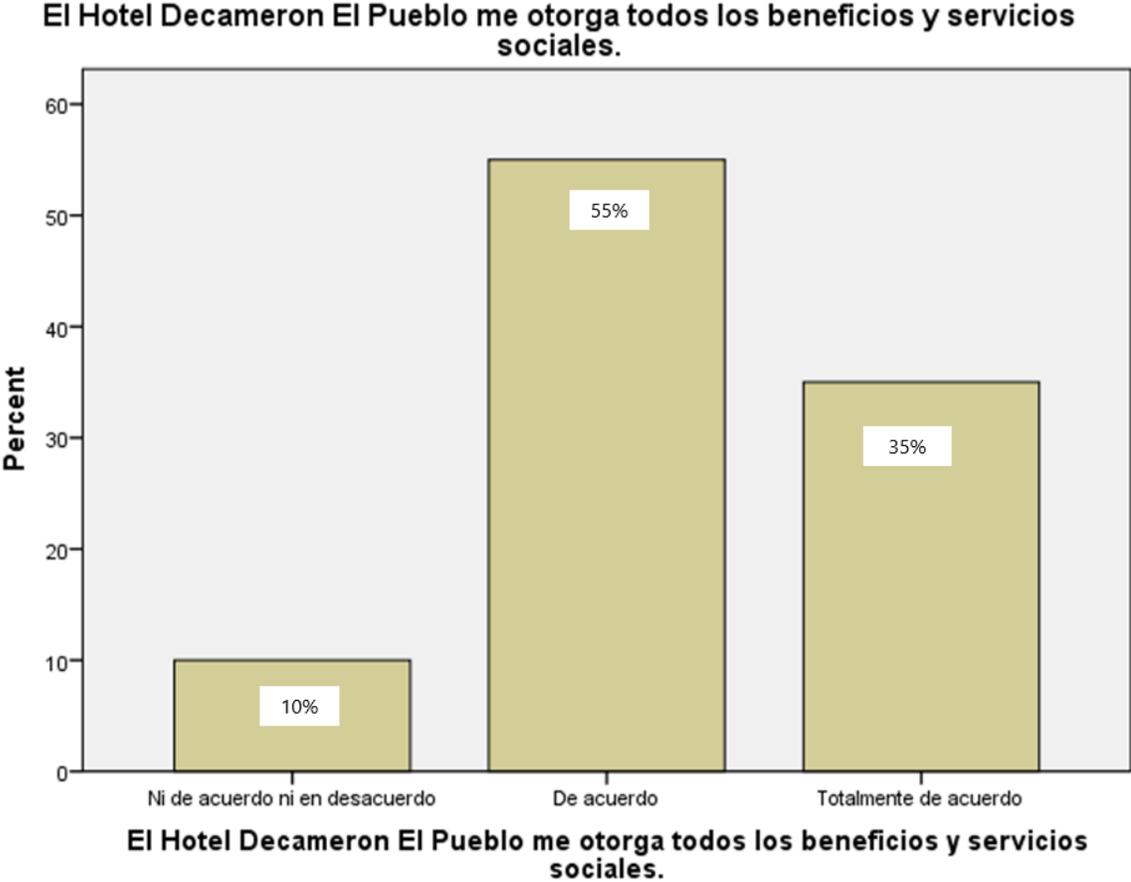
**Tabla 37:** El Hotel Decameron El Pueblo me otorga todos los beneficios y servicios sociales.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	10,0	10,0	10,0
Válidos De acuerdo	55	55,0	55,0	65,0
Totalmente de acuerdo	35	35,0	35,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

Tal y como se ve en la tabla n°37, la mayoría de los resultados son “De acuerdo”, que en escala de Likert tiene un valor de 4, por tanto, son resultados positivos.

**Gráfico 17:** El Hotel Decameron El Pueblo me otorga todos los beneficios y servicios sociales.



**Fuente:** Encuesta

**Interpretación.** - Según se aprecia en el gráfico N°17, notamos que el 55% de los trabajadores están de acuerdo de que el hotel otorga todos los beneficios y servicios sociales, mientras que el 35% refieren que están totalmente de acuerdo. Se evidencia que el Hotel El Pueblo gestiona su personal dentro de lo que indica la ley y avala el Ministerio de Trabajo.

**Tabla 38:** Alcanzo las metas planteadas en mi área, mis compañeros, jefe, subordinados me reconocen.

N	Válidos	100
	Perdidos	0
Media		4,35
Mediana		4,00
Moda		4 <sup>a</sup>
Des. Típ.		,657
Varianza		,432

**Fuente:** Encuesta

De acuerdo a la tabla n°38, se evidencia que se han validado el total de la muestra, no cuenta con perdidos.

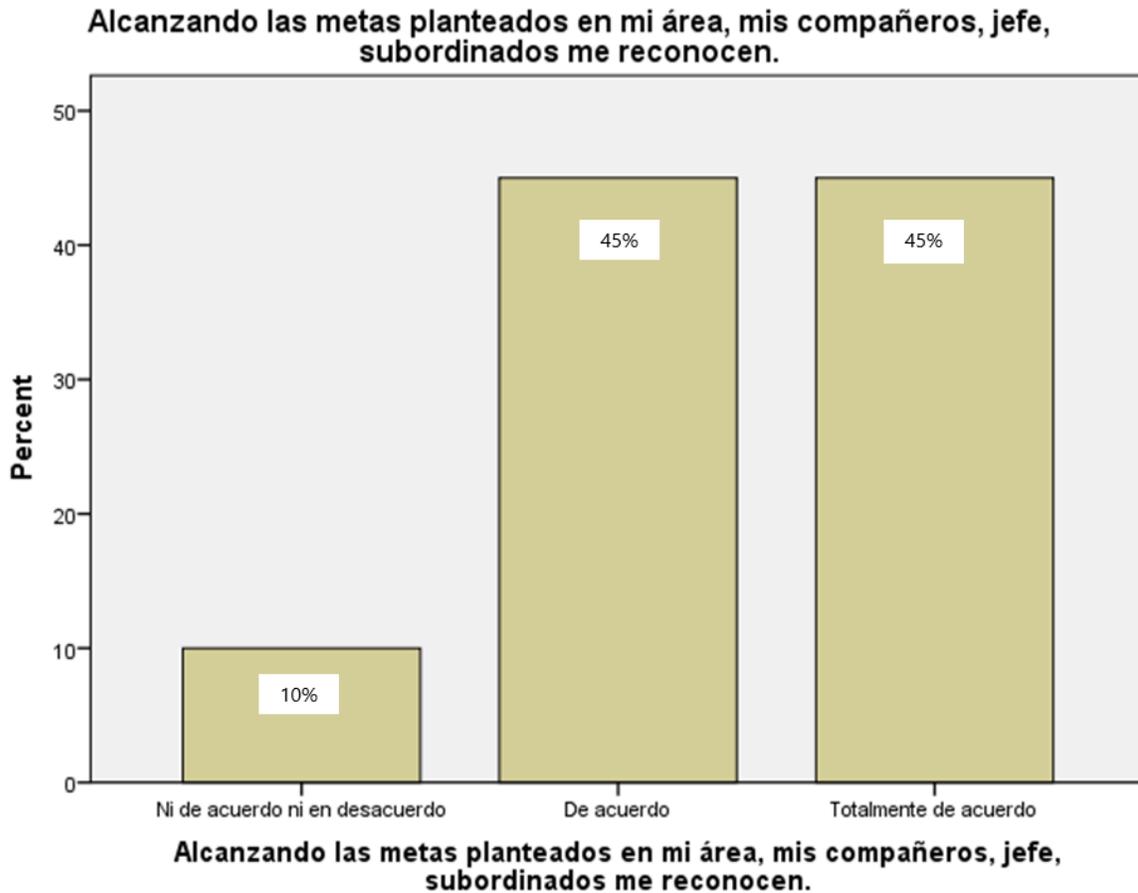
**Tabla 39:** Alcanzo las metas planteadas en mi área, mis compañeros, jefe, subordinados me reconocen.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	10,0	10,0	10,0
Válidos De acuerdo	45	45,0	45,0	55,0
Totalmente de acuerdo	45	45,0	45,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

Tal y como se ve en la tabla n°39, el “De acuerdo” igual al “Totalmente de acuerdo”, que en escala de Likert tiene un valor de 5, por tanto, son resultados positivos.

**Gráfico 18:** Alcanzo las metas planteadas en mi área, mis compañeros, jefe, subordinados me reconocen.



**Fuente:** Encuesta

**Interpretación.** - Según se aprecia en el gráfico N°18, notamos que el 45% de los trabajadores están de acuerdo de que alcanzan las metas planteadas en sus áreas, así como el reconocimiento de sus compañeros, jefes y subordinados, de la misma manera, el 45% refieren que están totalmente de acuerdo. Se evidencia que los trabajadores del hotel están satisfechos con el reconocimiento social dentro del ámbito laboral, lo que les permite cumplir con sus objetivos.

**Tabla 40:** El Hotel Decameron El Pueblo cuenta con políticas estables y previsibles para el crecimiento profesional.

N	Válidos	100
	Perdidos	0
Media		4,35
Mediana		4,00
Moda		4 <sup>a</sup>
Des. Típ.		,657
Varianza		,432

**Fuente:** Encuesta

De acuerdo a la tabla n°40, se evidencia que se han validado el total de la muestra, no cuenta con perdidos.

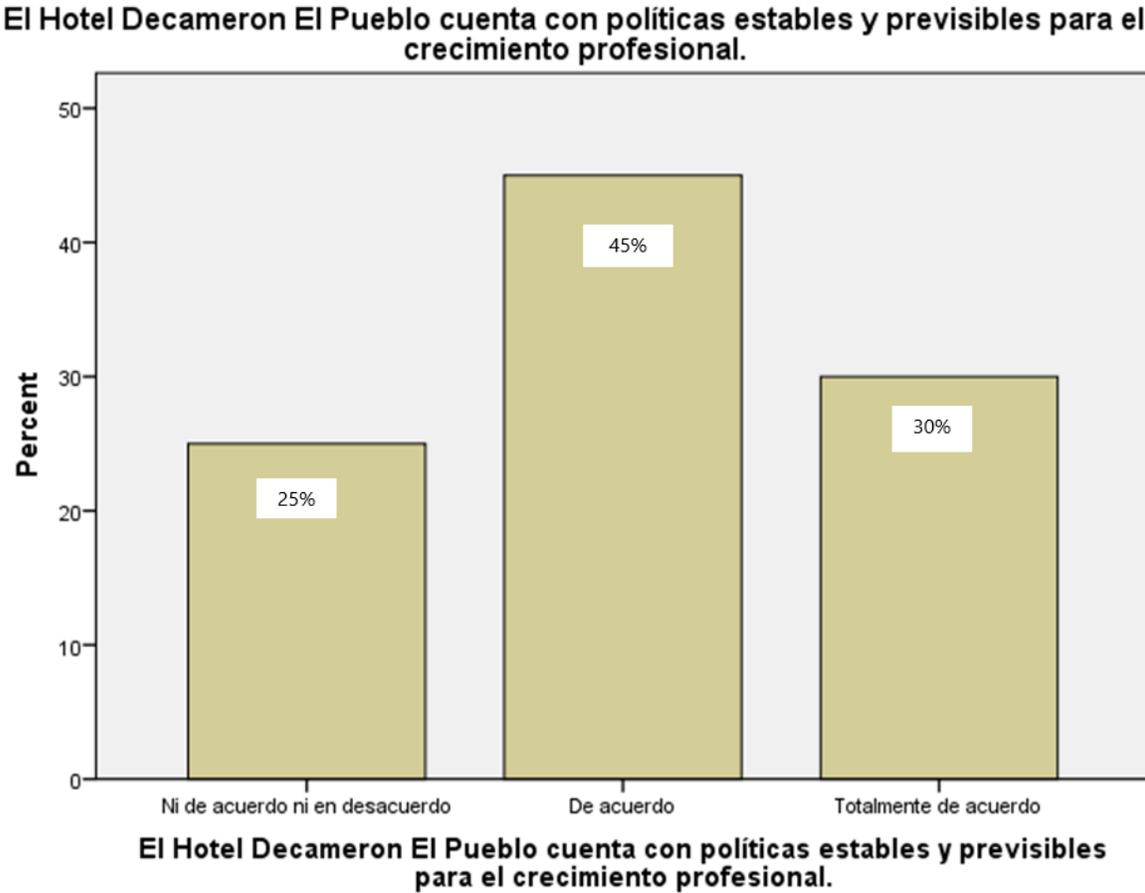
**Tabla 41:** El Hotel Decameron El Pueblo cuenta con políticas estables y previsibles para el crecimiento profesional.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	25,0	25,0	25,0
Válidos De acuerdo	45	45,0	45,0	70,0
Totalmente de acuerdo	30	30,0	30,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

Tal y como se ve en la tabla n°41, la mayoría de los resultados son “De acuerdo”, que en escala de Likert tiene un valor de 4, por tanto, son resultados positivos.

**Gráfico 19:** El Hotel Decameron El Pueblo cuenta con políticas estables y previsibles para el crecimiento profesional.



**Fuente:** Encuesta

**Interpretación.** - Según se aprecia en el gráfico N°19, notamos que el 45% de los trabajadores están de acuerdo de que el Hotel Decameron El Pueblo cuenta con políticas estables y previsibles para el crecimiento profesional, mientras que el 30% refieren que están totalmente de acuerdo. Se evidencia que los trabajadores del hotel están satisfechos con las políticas de desarrollo y crecimiento profesional que se les brinda.

**Tabla 42:** La responsabilidad del cargo está acorde al contrato realizado por el hotel.

N	Válidos	100
	Perdidos	0
Media		4,25
Mediana		4,00
Moda		4
Des. Típ.		,702
Varianza		,492

**Fuente:** Encuesta

De acuerdo a la tabla n°42, se evidencia que se han validado el total de la muestra, no cuenta con perdidos.

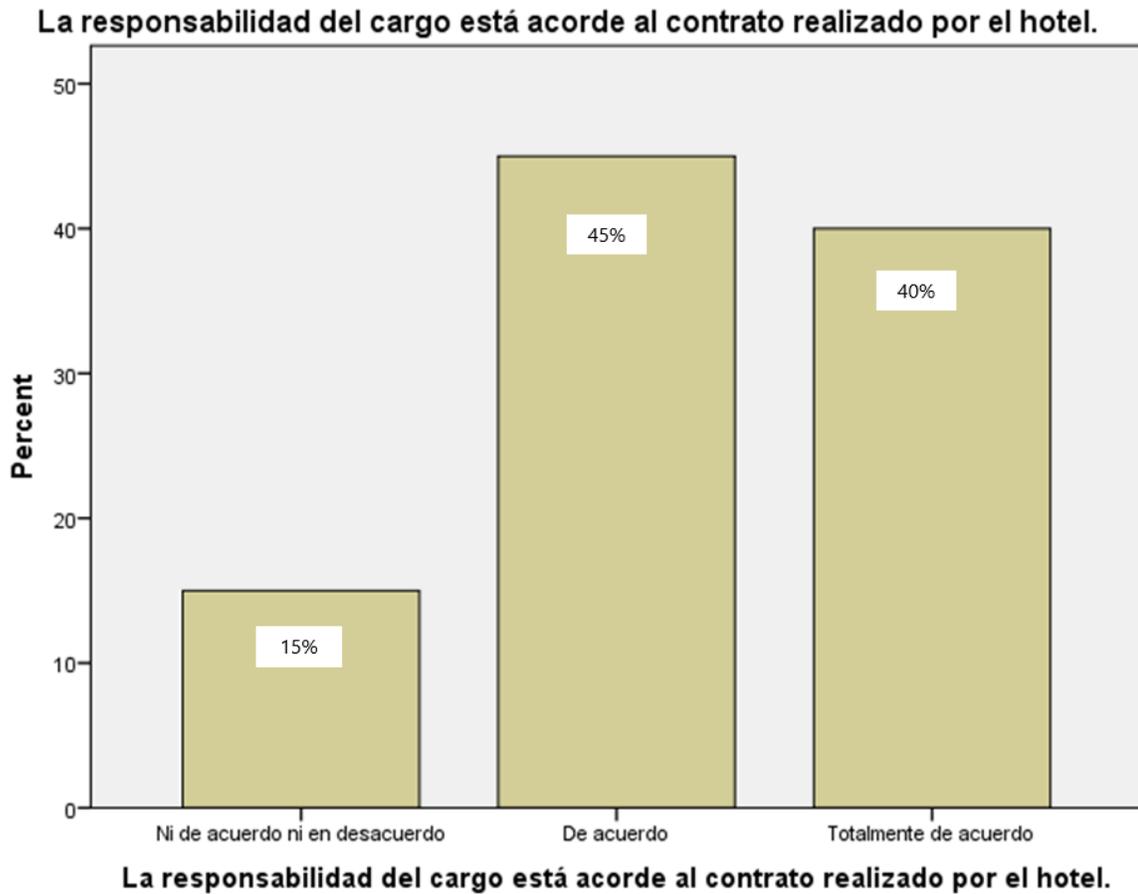
**Tabla 43:** La responsabilidad del cargo está acorde al contrato realizado por el hotel.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	15,0	15,0	15,0
Válidos De acuerdo	45	45,0	45,0	60,0
Totalmente de acuerdo	40	40,0	40,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta

Tal y como se ve en la tabla n°43, la mayoría de los resultados son “De acuerdo”, que en escala de Likert tiene un valor de 4, por tanto, son resultados positivos.

**Gráfico 20:** La responsabilidad del cargo está acorde al contrato realizado por el hotel.



**Fuente:** Encuesta

**Interpretación.** - Según se aprecia en el gráfico N°20, notamos que el 45% de los trabajadores están de acuerdo de que la responsabilidad del cargo está acorde al contrato realizado por el hotel, mientras que el 40% refieren que están totalmente de acuerdo. Se evidencia que los trabajadores están satisfechos con la responsabilidad acorde a la posición y el sueldo.

## 4.2 Análisis de la prueba de hipótesis

**Tabla 44:** One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		GESTION DE CALIDAD	SATISFACCION DEL CLIENTE INTERNO
N		100	100
Normal	Mean	56,35	29,60
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	4,854	3,055
Most Extreme	Absolute	,253	,222
Differences	Positive	,122	,116
	Negative	-,253	-,222
Kolmogorov-Smirnov Z		2,533	2,222
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000	,000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

**Fuente:** SPSS

Como se observa en tabla n°44, que la prueba de normalidad nos da como resultado para las variables que es estadísticos paramétricos y para correlaciones, reafirmando el elegido es la T de Pearson.

## Análisis inferencial

### Contrastación de Hipótesis General

#### Paso 1: Primero se debe hallar el coeficiente de Pearson (r)

Valor de r en SPSS salió 0.800 el coeficiente de correlación indica una relación lineal directa intensa.

**Tabla 45:** Correlación entre variable 1 y variable 2

		GESTION DE CALIDAD	SATISFACCION DEL CLIENTE INTERNO
GESTIONDECALIDAD	Pearson Correlation	1	,800**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
SATISFACCIONDELCLIEN TEINTERNO	Pearson Correlation	,800**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Fuente: SPSS 25

Tal y como podemos apreciar en tabla n°45, que la correlación nos da como resultado para la variable Gestión de la calidad (0.800), como también para la variable Satisfacción del cliente interno nos da (0.800),

#### Pasó 2: Planteamiento de la Hipótesis Nula (Ho) y de la Hipótesis (H1):

**Ho: Hipótesis nula:** No existe relación directa y significativa entre Gestión de la Calidad y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo, Ate, Lima - 2020. Ho p=0

**Ha: Hipótesis alterna:** Existe relación directa y significativa entre Gestión de la Calidad y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo, Ate, Lima - 2020. H1 p#0

**Paso 3: Selección del nivel de Significación:** (como no indica, se asume)  $\alpha=0.05$

**Paso 4: Elección del valor estadístico prueba:**

El estadístico de prueba que revela si la hipótesis nula ( $H_0$ ) es o no verdadera, es el siguiente

$$T_{\text{calculado}} = r_{xy} \sqrt{\frac{n-2}{1-r_{xy}^2}}$$

**Paso 5: Obtención del valor t crítico o t de la tabla**

$$T_{n-2} = 1.980$$

**Paso 6: Formulación de la regla de decisión**

El  $T_{\text{calculado}}$  sale 13.20 y el  $T_{\text{crítico}}$  sale 1.980 por tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna

## Contrastación de hipótesis específica 1

### Paso 1: Primero se debe hallar el coeficiente de Pearson (r)

Valor de r en SPSS salió 0.690, el coeficiente de correlación indica una relación lineal directa intensa.

**Tabla 46:** Correlación entre la dimensión 1 de la variable 1 con la variable 2

Correlación entre la dimensión 1 de la variable 1 con la variable 2.

		TANGIBILIDAD	SATISFACCION DEL CLIENTE INTERNO
TANGIBILIDAD	Pearson Correlation	1	,690**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
SATISFACCIONDELCLIEN TEINTERNO	Pearson Correlation	,690**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Fuente: SPSS 25

Como podemos apreciar en tabla n°46, que la correlación nos da como resultado para la dimensión 1, que es Tangibilidad de la variable Gestión de la Calidad ,(0.690), como también para la variable Satisfacción del Cliente Interno nos da (0.690),

### Pasó 2: Planteamiento de la Hipótesis Nula (Ho) y de la Hipótesis (H1):

**Ho: Hipótesis nula:** No existe relación directa y significativa entre tangibilidad y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo, Ate, Lima - 2020. Ho p=0

**Ha: Hipótesis alterna:** Existe relación directa y significativa entre tangibilidad y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo, Ate, Lima - 2020. H1 p#0

**Paso 3: Selección del nivel de Significación:** (como no indica, se asume)  $\alpha=0.05$

**Paso 4: Elección del valor estadístico prueba:**

El estadístico de prueba que revela si la hipótesis nula ( $H_0$ ) es o no verdadera es el siguiente

$$T_{\text{calculado}} = r_{xy} \sqrt{\frac{n-2}{1-r_{xy}^2}}$$

**Paso 5: Obtención del valor t crítico o t de la tabla**

$$T_{n-2} = 1.980$$

**Paso 6: Formulación de la regla de decisión**

El  $T_{\text{calculado}}$  sale 4.05 y el  $T_{\text{crítico}}$  sale 1.980 por tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna

## Contrastación de hipótesis específica 2

### Paso 1: Primero se debe hallar el coeficiente de Pearson (r)

Valor de r en SPSS salió 0.118, el coeficiente de correlación indica una relación lineal directa intensa.

**Tabla 47:** Correlación entre la dimensión 2 de la variable 1 con la variable 2

		Correlations	
		FIABILIDAD	SATISFACCION DEL CLIENTE INTERNO
FIABILIDAD	Pearson Correlation	1	,118
	Sig. (2-tailed)		,243
	N	100	100
SATISFACCIONDELCLIEN TEINTERNO	Pearson Correlation	,118	1
	Sig. (2-tailed)	,243	
	N	100	100

Fuente: SPSS 25

Como podemos apreciar en tabla n°46, que la correlación nos da como resultado para la dimensión 2, que es Fiabilidad de la variable Gestión de la Calidad (0.118), como también para la variable Satisfacción del Cliente Interno nos da (0.118),

### Pasó 2: Planteamiento de la Hipótesis Nula (Ho) y de la Hipótesis (H1):

**Ho: Hipótesis nula:** No existe relación directa y significativa entre fiabilidad y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo, Ate, Lima - 2020. Ho  $p=0$

**Ha: Hipótesis alterna:** Existe relación directa y significativa entre fiabilidad y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo, Ate, Lima - 2020. H1  $p\neq 0$

### Paso 3: Selección del nivel de Significación: (como no indica se asume) $\alpha=0.05$

**Paso 4: Elección del valor estadístico prueba:**

El estadístico de prueba que revela si la hipótesis nula ( $H_0$ ) es o no verdadera es el siguiente

$$T_{\text{calculado}} = r_{xy} \sqrt{\frac{n-2}{1-r_{xy}^2}}$$

**Paso 5: Obtención del valor t crítico o t de la tabla**

$$T_{n-2} = 1.980$$

**Paso 6: Formulación de la regla de decisión**

El  $T_{\text{calculado}}$  sale 1.18 y el  $T_{\text{crítico}}$  sale 1.980 por tanto se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna

### Contrastación de hipótesis específica 3

#### Paso 1: Primero se debe hallar el coeficiente de Pearson (r)

Valor de r en SPSS salió 0.789, el coeficiente de correlación indica una relación lineal directa intensa.

**Tabla 48:** Correlación entre la dimensión 3 de la variable 1 con la variable 2

Correlations			
		CAPACIDAD DE RESPUESTA	SATISFACCION DEL CLIENTE INTERNO
CAPACIDADDERESPUESTA	Pearson Correlation	1	,789**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
SATISFACCIONDELCLIENTE INTERNO	Pearson Correlation	,789**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Fuente: SPSS 25

Como podemos apreciar en tabla n° 47, que la correlación nos da como resultado para la dimensión 3, que es Capacidad de Respuesta de la variable Gestión de la Calidad (0.789), como también para la variable Satisfacción del Cliente Interno nos da (0.789).

#### Pasó 2: Planteamiento de la Hipótesis Nula (Ho) y de la Hipótesis (H1):

**Ho: Hipótesis nula:** No existe relación directa y significativa entre capacidad de respuesta y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo, Ate, Lima - 2020. Ho p=0

**Ha: Hipótesis alterna:** Existe relación directa y significativa entre capacidad de respuesta y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo, Ate, Lima - 2020. H1 p#0

#### Paso 3: Selección del nivel de Significación: (como no indica se asume) $\alpha=0.05$

#### Paso 4: Elección del valor estadístico prueba:

El estadístico de prueba que revela si la hipótesis nula (Ho) es o no verdadera es el siguiente

$$T_{\text{calculado}} = r_{.xy} \sqrt{\frac{n-2}{1-r_{.xy}^2}}$$

**Paso 5: Obtención del valor t crítico o t de la tabla**

$$T_{n-2} = 1.980$$

**Paso 6: Formulación de la regla de decisión**

El Tcalculado sale 12.71 y el Tcrítico sale 1.980 por tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna

## Contrastación de hipótesis específica 4

### Paso1: Primero se debe hallar el coeficiente de Pearson (r)

Valor de r en SPSS salió 0.718, el coeficiente de correlación indica una relación lineal directa intensa.

**Tabla 49:** Correlación entre la dimensión 4 de la variable 1 con la variable 2

		Correlations	
		SEGURIDAD	SATISFACCION DEL CLIENTE INTERNO
SEGURIDAD	Pearson Correlation	1	,718**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
SATISFACCIONDELCLIEN TEINTERNO	Pearson Correlation	,718**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Fuente: SPSS 25

Como podemos apreciar en tabla n° 48, que la correlación nos da como resultado para la dimensión Seguridad de la variable Gestión de la Calidad (0.718), como también para la variable Satisfacción del Cliente Interno nos da (0.718).

### Pasó 2: Planteamiento de la Hipótesis Nula (Ho) y de la Hipótesis (H1):

**Ho: Hipótesis nula:** No existe relación directa y significativa entre seguridad y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo, Ate, Lima - 2020. Ho p=0

**Ha: Hipótesis alterna:** Existe relación directa y significativa entre seguridad y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo, Ate, Lima - 2020. H1 p#0

### Paso 3: Selección del nivel de Significación: (como no indica se asume) $\alpha=0.05$

### Paso 4: Elección del valor estadístico prueba:

El estadístico de prueba que revela si la hipótesis nula (Ho) es o no verdadera es el siguiente

$$T_{\text{calculado}} = r_{xy} \sqrt{\frac{n-2}{1-r_{xy}^2}}$$

**Paso 5: Obtención del valor t crítico o t de la tabla**

$$T_{n-2} = 1.980$$

**Paso 6: Formulación de la regla de decisión**

El Tcalculado sale 10.21 y el Tcrítico sale 1.980 por tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna

## Contrastación de hipótesis específica 5

### Paso 1: Primero se debe hallar el coeficiente de Pearson (r)

Valor de r en SPSS salió 0.694, el coeficiente de correlación indica una relación lineal directa intensa.

**Tabla 50:** Correlación entre dimensión 5 de la variable 1 con la variable 2

		Correlations	
		EMPATIA	SATISFACCION DEL CLIENTE INTERNO
EMPATIA	Pearson Correlation	1	,694**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
SATISFACCIONDELCLIEN TEINTERNO	Pearson Correlation	,694**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Fuente:** Encuesta.

Como podemos apreciar en tabla n° 49, que la correlación nos da como resultado para la dimensión 5 que es la Empatía de la variable Gestión de la Calidad (0.694), como también para la variable Satisfacción del Cliente Interno nos da (0.694).

### Pasó 2: Planteamiento de la Hipótesis Nula (Ho) y de la Hipótesis (H1):

**Ho: Hipótesis nula:** No Existe relación directa y significativa entre empatía y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo, Ate, Lima - 2020. Ho p=0

**Ha: Hipótesis alterna:** Existe relación directa y significativa entre empatía y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo, Ate, Lima - 2020. H1 p#0

### Paso 3: Selección del nivel de Significación: (como no indica se asume) $\alpha=0.05$

**Paso 4: Elección del valor estadístico prueba:**

El estadístico de prueba que revela si la hipótesis nula ( $H_0$ ) es o no verdadera es el siguiente

$$T_{\text{calculado}} = r_{xy} \sqrt{\frac{n-2}{1-r_{xy}^2}}$$

**Paso 5: Obtención del valor t crítico o t de la tabla**

$$T_{n-2} = 1.980$$

**Paso 6: Formulación de la regla de decisión**

El  $T_{\text{calculado}}$  sale 9.54 y el  $T_{\text{crítico}}$  sale 1.980 por tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna

## **CAPÍTULO V: DISCUSIÓN**

Los resultados hallados en el capítulo anterior permiten afirmar que existe relación directa y significativa entre la gestión de la calidad y satisfacción del cliente interno, dichos resultados tienen sustento en (Sandoval 2018), en la investigación de maestría trataron el tema el sistema de gestión de la calidad y atención al cliente en el restaurante El Gourmet Urbano en el distrito de San Isidro, 2015, se pudo verificar que existe relación directa y significativa. Así mismo, que la gestión de la calidad es determinante para un adecuado manejo de la empresa y su impacto directo con su equipo.

Según los datos obtenidos podemos indicar que existe relación directa y significativa entre la primera dimensión de la variable de gestión de la calidad con la variable satisfacción al cliente interno, es decir, tangibilidad, según artículo de (Steffanell , Arteta y Noda 2017), donde se trató a la satisfacción del cliente interno, colaboradores en PYMES y MYPES hoteleras, indica que existe relación directa entre ambas variables. La tangibilidad dentro de la satisfacción del cliente interno es fundamental, porque genera comodidad y confortabilidad para el equipo, así como brinda las herramientas idóneas para un desempeño óptimo.

Para la segunda dimensión de la variable de gestión de la calidad con la variable satisfacción al cliente interno, fiabilidad no tiene relación significativa, en la investigación de maestría (Acuña y Villalobos 2016) se pudo verificar sobre la relación

de la satisfacción laboral de los colaboradores con la calidad del servicio de atención al cliente en el área de plataforma del BCP en el departamento de Cajamarca, 2016, es por eso que se afirma que se debe tomar acciones de mejora para ofrecer soluciones en tiempos óptimos para los clientes durante el servicio, así como su desarrollo en el marco axiológico adecuado.

Hay relación directa y significativa entre la tercera dimensión de gestión de la calidad y la variable de satisfacción del cliente interno, capacidad de respuesta, esto se avala en la investigación de maestría de (Muñoz 2017) se analizó la calidad del servicio del hotel Perla Verde de la ciudad de Esmeralda, se ha podido obtener que existe relación entre lo expuesto, además de considerar que las operaciones de un establecimiento hotelero, la capacidad de respuesta es esencial, en esta se debe disponer de ayuda genuina y rápida.

Existe relación directa y significativa entre la cuarta dimensión de gestión de la calidad y la variable de satisfacción del cliente interno, seguridad, se encontró en la investigación doctoral de (Civera 2008), cuyo tema fue Análisis de la relación entre calidad y satisfacción en el ámbito hospitalario en función del modelo de gestión establecido, en dónde si se encontró relación directa. Es importante indicar que durante el servicio se debe garantizar la seguridad a través de la confianza y un equipo capacitado, de tal manera la experiencia del cliente sea completa.

Existe relación directa y significativa entre la quinta dimensión de gestión de la calidad y la variable de satisfacción del cliente interno, empatía, en la investigación de

maestría de (Alanoca 2017), se trató la Gestión de la calidad y satisfacción laboral del personal en los servicios de salud del Hospital María Auxiliadora, 2017, en donde sí se encontró la relación directa. Se resalta que la satisfacción del cliente interno se dará si se brinda la empatía oportuna con el cliente, y por consecuencia la experiencia será satisfactoria.

## **CAPÍTULO VI:**

### **PROPUESTA**

#### **Propuesta de mejora de Hoteles Decameron** Concepto todo incluido del Hotel Decameron El Pueblo

El presente informe se realiza con el fin de proponer una mejora en las funciones en las áreas del hotel; se describirán los pasos y procesos hechos en el tiempo otorgado por la compañía HOTELES DECAMERON, específicamente en Decameron El Pueblo

En el desglose de cada una de las áreas se evidencian las labores a realizar, los puntos aprendidos según los pasos otorgados por cada una de las personas que conforma el departamento y también recomendaciones por departamento, para así lograr un mejor desempeño en las funciones implantadas.

Cabe resaltar, que durante la operación también se realizaron aportes para así lograr mejores desempeños de trabajo según las áreas encontradas, la interactividad no solamente con los jefes sino con los supervisores y operarios ayudaron a brindar la información necesaria para así lograr el desempeño del trabajo asignado.

A continuación, se detallará la operación y sugerencias según área.

## Departamento: Housekeeping

Puntos específicos e importantes de la gestión de ama de llaves:

- Distribución del hotel y Clasificación de habitaciones
- Estándares de habitaciones y Procedimientos estandarizados en la compañía
- Nómina utilizada según los porcentajes de ocupación

El coordinador de calidad realizará trabajo específico en reemplazar a la supervisora del módulo en su día libre, cumpliendo con sus funciones para así mirar el detalle de cada una de las camareras; se da la oportunidad de realizar un recorrido por todas las 3 áreas del hotel como lo tienen dividido en este departamento según la supervisora.

En el trabajo de supervisor se enfocará en el cumplimiento de los estándares establecidos, revisión detallada de habitaciones para así conocer el funcionamiento y las falencias que podrían presentarse. Se logrará junto con el apoyo y autorización de la ama de llaves, dar en el horario de la mañana algunas capacitaciones personalizadas a las camareras según el módulo asignado, fortaleciendo así el proceso de acreditación. En horas de la tarde no serán posible las capacitaciones debido a que los check outs y la entrega de las habitaciones generan que la supervisión sea más ágil.

También se verificará el sistema HODELINE, se indicará de dónde se adquiere la información para la distribución de los trabajos de las camareras, la programación estratégica para analizar los movimientos de días futuros y la limpieza de habitaciones en sistema para que recepción pueda asignarlas. En el día a día, el departamento de ama de llaves generará los informes:

- Forecast, conteo de la casa, salidas según los módulos, asignación que otorgará recepción y Rooming list

Estos 3 últimos informes se les dan a las camareras para que hagan su respectivo trabajo según los módulos y habitaciones asignadas.

### **Recomendaciones para Housekeeping:**

#### **1. Supervisión de Habitaciones:**

**Check Out:** En el momento del check out y debido al tamaño del hotel, no es viable manejar un chequeo de habitación por diferentes factores que se reflejan a continuación, aunque sería ideal realizarlo:

- Cada departamento cuenta con su canal radial, debido a esto recepción no da informe inmediato de cuando el huésped realiza la entrega de la habitación.
- Adicionalmente, el tamaño del hotel dificulta la verificación individual de las habitaciones en check out, debido a que se cuenta con solo 3 supervisoras en campo.
- Este proceso de verificación nos ayudaría a identificar faltantes, objetos olvidados y averiados, los cuales pueden realizarse el procedimiento.
- Debido al bajo nivel operativo de supervisoras, es importante identificar camareras claves que puedan cumplir con esta función para capacitarlas en caso de alguna eventualidad, vacaciones o también en alto movimiento; esto ayudaría a agilizar debido a que reduciría el alto nivel de desplazamiento que es el factor más complicado de manejar.

#### **En el check in:**

Este es uno de los temas de mayor complicación debido a que la supervisora debe realizar trayectos muy prolongados para entregar las habitaciones en un bajo tiempo como se mencionó en el punto anterior, estos trayectos impiden una entrega oportuna evitando que se actualice ágilmente el sistema a recepción, generando:

- Entregas tardías de habitaciones
- Entrega de la habitación sin una correcta supervisión de la encargada y solo con el visto de la misma camarera quien hizo el trabajo.

## **2. Capacitación constante con la Coordinación Calidad:**

Con la coordinación de la jefe de ama de llaves y supervisoras “para tener la misma información”, es importante realizar talleres teóricos y prácticos de procedimientos de limpieza de habitaciones según el manual de funciones y adicionalmente crearles sensibilidad a las camareras enseñándoles los chequeos detallados, el orden lógico y permanente para así se generará mayor seguridad ante el desempeño de sus trabajos entregando habitaciones con más confianza en dado caso la supervisora no alcance a revisarla por situaciones de alto movimiento.

También es indispensable que en la verificación realizada por la camarera reporte las falencias a mantenimiento y/o recepción inmediatamente para así optimizar el tiempo. Algunos de los puntos de identificación inmediata de la camarera deben ser:

- Ventilado, aire acondicionado, bombillos, ajustes de artículos, goteos en llaves, cajillas de seguridad cerrada

Factores que no dependen solo de las camareras sino del personal de otros departamentos principalmente de mantenimiento los cuales pueden tardar; si se realiza este reporte primero, daremos mayor tiempo de respuesta mientras se va realizando la habitación.

Si se llega a poner en práctica los temas mencionados, se podría hacer un seguimiento de quienes ya tienen sus respectivas “charlas y prácticas” y poco a poco exigirles más para que todas cumplan con el desempeño deseado en la compañía.

Es importante la identificación del personal clave con capacidad de adquirir una supervisión para así irle generando una capacitación constante y profunda.

## **3. Seguridad:**

**Puertas corredizas o mamparas:** El hotel cuenta con las puertas corredizas o mamparas, estas tienen dos seguros: “El original de la puerta y el adicional puesto

en la parte central superior”, algunos seguros originales se encuentran dañados o malogrados y no se cuenta con los repuestos para su arreglo inmediato.

**Habitación en Check In:** En el aseo de habitación en check in se tiene la puerta cerrada y sin el seguro central superior, quiere decir que si la habitación tiene el seguro original dañado se puede ingresar sin ningún inconveniente.

**Habitación en aseo:** En el aseo de algunas habitaciones ocupadas las camareras dejan sin seguro, incrementando la posibilidad de que se ingrese por la parte trasera sin inconveniente, se recomendó a las camareras darle la importancia necesaria a la seguridad al igual que los acompañamientos en este tipo de habitaciones.

**Cajillas de Seguridad:** Se debe tener en cuenta que las habitaciones en check in la cajilla de seguridad debe estar abierta y garantizar que el anterior huésped no ha dejado objetos olvidados. Para este procedimiento debemos tener apoyo de recepción quien facilita la llave y seguridad quien nos da el apoyo para garantizar la existencia de artículos en el lugar.

Es muy importante que en la próxima impresión de recordatorios de check out dejados por los botones desde la noche anterior, se incluya este punto para así optimizar tiempo.

**4. Apoyo a Limpieza:** En las capacitaciones constantes, se debe indicar que adicional a la habitación se podría dar un apoyo a áreas públicas chequeando si hay algún papel, bolsa o flyer informativo que es lo que normalmente vuela hacia las jardineras, esto brindaría un aspecto más agradable ya que en ocasiones se observa este tipo de material. Cabe resaltar que esto se debe hacer ante cualquier basura que veamos en el hotel y por cualquier empleado durante nuestro trayecto y arrojarlo en los lugares indicados.

**5. Briefing informativo:** En la reunión diaria de ama de llaves y en la división de funciones del día, es importante que mientras la asistente de ama de llaves y las supervisoras organizan la programación de cada una de las camareras, se asigne una persona del mismo equipo para hacerles conocer información básica que les podría preguntar un huésped o que incluso les podría servir para tener un mejor análisis del trabajo que tienen asignado, información como:

Buffet, Show, cantidad de entradas y salidas, sugerencias de las camareras, etc. Información que da a conocer al empleado conceptos no solamente de su área sino

del desempeño general del hotel.

**Limpiezas profundas diarias:** Adicionalmente en este tiempo de briefing se puede recordar a todas las camareras sobre las limpiezas profundas que se realizarán ese día y así dar mayor enfoque a estas funciones ya que algunas camareras no cuentan con la claridad necesaria para desempeñar esta función.

### **Departamento: Áreas Públicas**

Se realizarán recorridos generales a las instalaciones del hotel con el encargado según la programación establecida día a día en el departamento por el jefe del área y la sub gerencia del hotel. Los sitios a inspeccionar:

- Recorrido general de visualización
- Recorrido a zonas de descargue de basuras
- Inspecciones a escalas paredes y pasillos de módulos
- Restaurante de empleados
- Recorrido limpiezas de oficinas
- Baños públicos en general
- Pasillos de zonas públicas y lobby
- Organización y estandarización de zona de piscina
- Limpieza y programación de restaurantes

También se miraron aspectos como:

- No de empleados
- División de funciones
- Trabajos específicos
- Movimientos de personal para cumplir con la operación total del hotel

Los recorridos realizados por las instalaciones del hotel son de análisis de puntos críticos para dar enfoque a las programaciones, también se verifica personal

y los trabajos que se encuentren desempeñando en cada una de las áreas y que sean acorde a la programación, a la distribución de trabajo realizado en el inicio del turno y a los requisitos establecidos. Debido a que la playa es punto crítico por las suciedades y animales expulsados por el mar, se realizan constantes monitoreos recibiendo apoyo de los salvavidas que se encuentran en el área y dan aviso oportuno.

Adicional a las zonas comunes, el departamento de áreas públicas también da apoyo a limpiezas de zonas administrativas como oficinas, restaurante de empleados y sectores a los que normalmente no transita el huésped, pero que si lo hacen los empleados, es por ello que dentro de su nómina también cuentan con el personal encargado e idóneo para el desempeño de este trabajo.

### **Áreas Públicas y Sistema de Seguridad e Higiene:**

Es importante recibir charla de seguridad e higiene al grupo de trabajo, bajo las normas HACCP donde se especificarán:

- Qué es el hotel
- Expectativas del huésped
- Presentación Personal
- Uso de implementos para el desarrollo del trabajo
- Importancia de la limpieza de las áreas
- Cómo limpiar
- Que productos utilizar

Cada uno de estos temas se ampliaron durante una capacitación de 30 minutos, donde se aclararon dudas y se fortaleció tanto el conocimiento personal como el de cada uno de los trabajadores del área.

### **Recomendaciones para el Dptp. de Áreas Públicas**

**1. Sensibilización del personal:** Este tema no es solamente para el departamento de Áreas Públicas sino para cada una de las áreas del hotel las cuales deben ser

conscientes de que todos somos aseadores y que el departamento de áreas públicas está enfocado limpiezas profundas y detalladas.

Esto debido a que se encuentran muchos papeles botellas, residuos pequeños que perfectamente un empleado de cualquier área lo puede recoger y arrojar en el lugar establecido, actividad que no solamente se debe hacer por dónde transita el huésped sino en cada Rincón a donde tengamos acceso.

### **Jornadas de limpieza programada:**

Una de las actividades realizadas para sensibilización de todo el personal es crear cada X tiempo donde los jefes de departamento asignan cierto personal para así realizar un recorrido general y detallado del hotel dejándolo en óptimas condiciones en un tiempo récord debido a la cantidad de personal coordinado y enfocado a áreas críticas. Este tema genera mayor cuidado de las áreas y mejor uso de las instalaciones ya que se logra apreciar el trabajo de los demás departamentos principalmente de áreas públicas y jardinería, además que muchas veces el personal no conoce el hotel y solamente se enfocan en el área que le corresponde.

### **2. Organización en los Procedimientos:**

El plan estratégico y de desarrollo de funciones para cumplir la limpieza general de las instalaciones se tiene bien enfocado, pero esa misma organización es importante lograr que nuestros operarios la cumplan para que realicen sus procesos de forma lógica y ordenada, evitando realizar un trabajo doble y mejorando su tiempo y desempeño.

### **3. Comunicación interdepartamental:**

Es importante transmitir a los demás departamentos qué trabajos realizados por ellos nos está afectando nuestra área y evitando una optimización de resultados. Cabe recordar que la comunicación es vital para generar un buen desempeño y para lograr esto se debe tener constancia logrando así los resultados deseados.

#### **4. Briefing informativo:**

Es importante en la reunión que se tiene con cada uno de los grupos en sus respectivos horarios hacerles conocer información básica que les podría preguntar un huésped o que incluso les podría servir para tener un mejor análisis del trabajo que tienen asignado, información como:

- Buffet, show, cantidad de entradas y de salidas, etc.
- Información que da a conocer al empleado conceptos no solamente de su área sino del desempeño general del hotel.

#### **5. Cojines de espuma en terrazas:**

Los cojines que se encuentran en terrazas algunos de ellos están en mal estado, es importante para su cuidado que cuando llueva estos se coloquen en una posición donde el agua no se acumule, agua que incomoda a las personas, ya que cuando se van a sentar aparentemente están secos, pero cuando se sientan el agua que se encuentra acumulada en la espuma sale por el forro mojando el huésped.

#### **6. Botes de basura**

Creo que sería necesario que las plantas decorativas en los botes de basura no estén tan a relés para que estos se puedan visualizar más, adicionalmente instalar más botes de basura en áreas específicas principalmente al lado norte, donde no se encuentran este tipo de artículos facilitando a que cualquier persona arroje papeles a los prados o senderos.

#### **7. Iluminación**

Este factor, aunque no depende de Áreas públicas, si se ve reflejado en la iluminación nocturna, ya que el lugar se ve bastante tenue y se recibieron varios comentarios al respecto, creo que sería conveniente generar una mayor ampliación del triángulo de luz de los bombillos de las camineras para que así abarquen mayor intensidad, es decir:

**Ahora:** El nivel de iluminación es menor en las camineras ya que las plantas lo impiden.

## **Departamento: Lavandería**

Se iniciará los trabajos en la zona de recibimiento de ropa donde los ballets entregan a lavandería la lencería sucia de las habitaciones y allí se clasifican las prendas antes de iniciar el proceso de lavado, allí junto al personal se realizó la práctica seleccionando ya sean toallas de cuerpo, toallas de mano, tapetes toallas, fundas, sabanas, cobijas, protectores, plumón, dubbet.

Posteriormente se verifica el manejo de máquinas de lavado, cantidades, tiempos y pesos utilizados normalmente para obtener su capacidad óptima. El siguiente paso que es el secado también maneja sus parámetros de capacidades en las maquinas por ende debe mantenerse el peso ideal y las temperaturas según las prendas ingresadas para así evitar daños en las mismas.

En la clasificación de la ropa después del secado, se organiza según tipo de prenda y su medida correspondiente; al realizar la practica con el personal, se evidencia que el proceso de selección en este sector es más detallado que en la selección de ropa sucia, ya que se identifican aquellas prendas que no estén en óptimas condiciones y se separan ya sea para: “ir a una nueva lavada, ir a un proceso de desmanche o a costura” según corresponda.

Las prendas que son clasificadas y se encuentran en condiciones de uso, siguen al planchado en la calandria, una vez doblado según el standard de paquetes manejados, es ubicado en sus respectivas estanterías donde nuevamente los ballets direccionan las prendas a las habitaciones y actividades.

Algunas prendas de departamentos como el SPA no requiere que el ballet las transporte pero independientemente requieren el uso de lavandería, la misma situación ocurre con los servicios de lavandería para huéspedes y de funcionarios.

## **Recomendaciones para el Dpto. de Lavandería**

**1. Distribución:** Uno de los temas principales corresponde a la distribución de la lavandería, debido a que no tiene con una organización lógica para el proceso a desarrollar y se encuentran maquinas que son del proceso final al inicio. Esta debe mantener un orden lógico de descargue, selección ropa sucia, lavado, secado, selección ropa limpia, planchado, doblado y direccionamiento a estanterías.

Si la lavandería tuviera una buena distribución se lograría mejor tiempo, organización del área y menos desgaste del personal.

**2. Uso general de Maquinaria:** Las maquinas en algunas ocasiones no están cumpliendo con un proceso óptimo de producción, si se diera el uso adecuado se acercarían más a la capacidad optima, este tema principalmente ocurre con las dos planchas encontrarás en la entrada, ya que están subutilizadas y pienso que es debido a la mala ubicación en que se encuentran ya que no están dentro del orden lógico de producción como se mencionó anteriormente.

**3. Rotación de Personal:** Debido a la rotación de personal, no se logra dar una agilidad ideal en el proceso de producción, las capacitaciones constantes generan pérdida de tiempo debido a que el personal no cuenta con la rapidez que se necesita en esta área, ya que los procesos son muy mecanizados y esta se obtiene a través de la experiencia. Si en el área se lograra evitar tanto cambio, esto se representaría en mejor tiempo y mayor cantidad de prendas

**4. Análisis Químico y de procedimiento:** En la ropa se puede observar la cantidad de manchas que se tiene debido a los procesos de lavado, es importante determinar cuáles son los factores reales que están afectando el color, la calidad y resistencia de las prendas, ya que hasta el momento se tienen solo especulaciones de lo que podría ser; se podría analizar con productos, procesos, temperaturas y así garantizar a futuro una mejor durabilidad de las prendas.

## **Departamento: A&B**

### **Reservación para restaurantes:**

Los servicios buffet no tienen necesidad de reservación. Para los restaurantes especializados, las reservas dan inicio desde las 7:00 am. Estas reservaciones cuentan con una capacidad de cupos la cual es otorgada por el gerente de alimentos y bebidas de acuerdo al porcentaje de ocupación y también dependen de los grupos que se encuentre manejando el departamento de convenciones.

Posterior a las reservaciones en los restaurantes especializados, se hace entrega a los meseros para realizar los montajes del área según corresponda, ya que el servicio es más personalizado que en el área del buffet.

### **1. Departamentos involucrados:**

En esta supervisión se hará seguimiento a las labores realizadas previamente por los departamentos de steward, áreas públicas, cocina caliente, pantry y mesa y bar. Los conceptos manejados anteriormente se vieron durante la capacitación del área de mesa, también se observaron funciones como:

El manejo de horarios del personal los cuales influyen según los transportes coordinados en el hotel.

Manejo de personal de mesa y bar para apoyo, uno en reservas de restaurantes y otro en funciones administrativas del departamento en horas de bajo movimiento, adelantando así funciones de oficina, posterior a ello retoman sus funciones en el área de servicio.

### **2. Acomodación de plazas en restaurantes:**

Los meseros deberán tener conocimiento de los números de las mesas y la silla principal para que se preste un servicio unificado, alineación estándar y simétrica.

### **3. Montaje de mesas:**

Cubertería “según servicio ya sea carta o buffet”, servilleta de tela “aplica según tipo de servicio”, dotación e insumos de meseros en zonas de trabajo, presentación estándar y simétrica.

#### **4. Montaje de alimentos:**

Según el servicio buffet o la carta, se deberá contar con el montaje previo de los servicios a utilizar, existen barras frías, calientes “buffet”, minuta “buffet”, y cada una de ellos cuenta con el alimento asignado el cual debe contar con sus habladores, pinzas, temperaturas, organización, limpieza y simetría.

#### **5. Bares de restaurantes:**

Los bares deben estar montados a excepción del desayuno donde las bebidas son autoservicio “dispensadores de jugo a disposición del huésped”, en los almuerzos y cenas ya sean buffet o a la carta el servicio es llevado a la mesa.

#### **6. Personal a cargo:**

Cada uno de los meseros debe tener clara su función que es asignada en el briefing del departamento, su presentación debe ser impecable y siempre deben contar con su foto check del hotel que lo identifique.

#### **7.A&B y HACCP:**

Desde el punto de mesa también se maneja el sistema HACCP, aquí se tiene en cuenta la toma de temperaturas según sea fría o caliente para que sea aprobada y se otorgue el servicio a los huéspedes. En el área de mesa se manejan bitácoras tanto de buffet como de restaurantes a la carta las cuales son supervisadas por seguridad e higiene.

#### **8. Horarios de servicios:**

Tanto en aperturas como cierres son muy importantes ya que de ellos dependen no solamente el área de mesa y bar sino otros departamentos los cuales cuentan con este para seguir su operación, por ello la hora debe ser manejada igual en todas las áreas del hotel para indicar correctamente al turista.

## **Recomendaciones para A&B:**

### **1. Horarios:**

Es importante monitorear el horario no solamente entre cocina y mesa, sino también el del hotel en general, ya que por solo unos minutos se puede generar una mala información causando inconvenientes principalmente en los momentos de cierre.

### **2. Organización de montajes:**

Este punto se da mayormente en restaurantes a la carta y montaje de snacks:

Restaurantes a la carta: Es importante que no solamente se encuentre montada bien la mesa con su cubertería, mantel, copas y servilletas; la estética en general también es necesaria, por eso las mesas sobrantes, aunque no estén vestidas deben estar alineadas y con sus respectivas sillas.

En los snacks: Existe una persona que organiza el restaurante a partir de las 7 am, este debe tener pendiente de organizar la totalidad del restaurante, no solamente la parte interna, la parte externa "terraza" es clave también para el servicio y ante todo visible, no debe dejar sillas arrumadas o mesas sin sillas, estas son muy necesarias en horas de la tarde cuando hay alto movimiento.

### **3. Organización de trabajos:**

Principalmente ocurre para el inicio del segundo turno de restaurantes a la carta donde cuentan con un tiempo limitado, ya que muchas veces existen huéspedes que alargan su tiempo en el 1r seating; en este punto es importante manejar un mayor liderazgo por parte del capitán y generar un mayor control dentro de las funciones, actuando como equipo y no estar corriendo en los últimos minutos. Cabe aclarar que no se da con todos los capitanes, algunas veces sucede debido a que hay personal en capacitación y obviamente suelen suceder errores, pero es vital recalcarlos para así superar esta etapa.

### **4. Cierre de Restaurantes:**

La importancia de la presentación debe ser igual tanto en apertura como en cierre, ya que principalmente en el horario de la cena no se ve el buffet tan monitoreado, algo muy fácil de ajustar y simplemente de chequeo tanto de surtidores como de capitán.

## **5. Capacitaciones:**

Seguir con los trabajos de capacitación, retroalimentación como lo vienen haciendo sin dejar de recalcar en servicio, trabajo en equipo, concientización, profesionalismo y ante todo inculcar en apreciar el trabajo y la empresa en que laboran.

Es importante seguir adelante con las capacitaciones de calidad de servicio a la mesa para así adquirir los mayores conocimientos y contar con un equipo de trabajo certificado.

## **Departamento: Bar**

Los pasos realizados en el departamento para garantizar la operación son:

### **1. Costo por huésped:**

Con base en este tema se da inicio la explicación del concepto del manejo del bar, ya que con base en se realizan las estrategias para cuidar el costo del producto y generar los resultados deseados como empresa.

### **2. Almacenamiento:**

Adicional al almacén general, el departamento de bares cuenta con un pequeño almacén interno para así tener un stock y garantizar producto cuando la operación lo requiera y no tener la necesidad de solicitarlo al almacén general ya que en los horarios que se requiere no son administrativos por lo tanto caería el servicio.

### **3. Tipos de Licores:**

Principalmente por estar el hotel ubicado en Perú, hay una alta demanda en cocteles con base Pisco, cuentan con otras variedades de cocteles y licores adicionales, pero estos son los mayormente solicitados por ende cuentan con gran diversidad de presentaciones del producto.

### **4. Producción:**

Los insumos manejados en el Pantry Bar se encuentran bajo la supervisión del jefe de área y el seguimiento de seguridad e higiene con las normas HACCP, tanto el personal y su proceso deben garantizar la inocuidad del producto final, la

elaboración de almibares, cítricos y bases son preparadas a diario directamente en el hotel para ofrecer un producto fresco y sin alteraciones.

## **5. Personal:**

Con base en los horarios de apertura y las horas pico representativas en cada uno de los bares, es importante jugar con la ubicación del personal según lo mencionado, es por ello que deben tener en cuenta movimientos de producción, montaje, aperturas, horarios de mayor afluencia de huéspedes en piscina, en restaurantes, para así dar la rotación pertinente y no dejar caer el servicio en ninguna de las áreas recibiendo el apoyo de los sectores en que el movimiento está bajo.

## **6. Montajes:**

Los montajes de bares se analizan durante tres tiempos, apertura, bar en servicio y cierre del servicio, cada una de estas etapas se puede analizar así:

Apertura: Cada personal horas previas a la apertura inicia su respectivo montaje de máquinas, insumos, retoques de limpieza garantizando el funcionamiento óptimo antes durante y después del cierre.

Durante el servicio: El encargado de área debe estar pendiente de recibir los productos necesarios para su operación manteniendo su stock según los horarios y el movimiento que por experiencia se ha adquirido ya que depende principalmente del tipo de mercado manejado en el momento.

Cierre de servicio: El área se deja en perfectas condiciones, limpia, desinfectada, organizada, las máquinas y utensilios con su respectiva protección plástica o en soluciones cloradas “según corresponda”. En caso de existir alguna novedad con equipos estos deben ser reportados inmediatamente para así verificar la viabilidad de arreglo inmediato o la programación del mismo.

## **Recomendaciones para Bar:**

### **1. Capacitación:**

Este enfoque es muy importante ya que el concepto de competencias en la región no es muy representativo, más que todo se podrían basar en lo que es servicio al

cliente para estar acorde al nivel de la cadena y el tipo de atención que se pretende optimizar.

Los talleres respecto al área de bares no están muy bien asignados, según el plan de calidad apoya más a la zona de mesa, pero se podría direccionar adicionalmente con el apoyo de la Coordinación Interna de Calidad hacia la zona de bares, implantando un plan de trabajo donde también se busque la sensibilización del personal hacia un mejoramiento continuo.

## **2. Seguridad:**

Los artículos de trabajo y los productos son responsabilidad de todos en el departamento, es importante crear mayor orientación y ante todo sensibilización ante la barman para que cuiden sus utensilios y material de trabajo, que ellos mismos se aseguren de que todo quede bien guardado, asegurados para así evitar inconvenientes de pérdidas o daños en los momentos que no se encuentren presentes.

## **3. Limpieza:**

Durante las limpiezas diarias verificar más detallado cada una de las áreas e ir sectorizándose para no esperar una limpieza profunda para actuar ante una situación que se puede ir adelantando previamente.

## **Departamento: Cocina**

La práctica por cocina se da según las zonas como se encuentra dividida, se estuvo en los sectores de Pantry, Cocina Caliente, Panadería, Pastelería, Carnicería y Steward, medio día en cada uno de ellos. Se realizó reunión con el chef antes y después de la práctica realizada. Los enfoques que se dieron fueron:

### **1. Presupuesto:**

El valor otorgado para alimentos y bebidas de cada huésped debe ser manejado por el chef para que igual que el bar cumpla con los requisitos requeridos por la empresa manteniendo así el rango estipulado; con base a ello es necesario crear una programación de menús para así poder tener nivelado el promedio.

Muchas veces por situaciones directas o indirectas se realizan cambios de última hora para garantizar el servicio, ya sea para dar rotación a productos que almacén necesita sacar, cambios de platos por falta de cosecha o por costos en el mercado elevados a lo presupuestado, todos estos aspectos deben ser comunicados y coordinados entre almacén y el chef para tener conocimiento de la producción a sacar.

## **2. Programación:**

El chef cuenta con variedad de desayunos almuerzos y cenas temáticas, adicionalmente para los restaurantes a la carta cuenta con dos cartas para cada uno de ellos, las cuales van a rotar día a día. Esta organización de menús diarios también permite conocer los tipos de productos que se requieren en determinada fecha y sus cantidades, manteniendo sus stocks dentro de lo establecido.

## **3. Estandarización:**

Con base en la programación, el chef estandariza los tipos de presentaciones, cortes, preparaciones y acomodación en buffet para así generar una operación rápida y que cada empleado cumpla con sus labores específicas manteniendo empoderamiento de sus funciones.

## **4. Temperaturas:**

La importancia del manejo de temperaturas no solamente de los alimentos sino del sector donde se está realizando el respectivo trabajo es vital para garantizar un perfecto cuidado de los productos.

## **5. Áreas:**

Se cuenta con división de cada una de las áreas según producción con el manejo de temperaturas ya que algunos de ellos requieren de aires acondicionados.

## **6. Alimentos:**

El seguimiento inicia desde que se recibe en almacén el cual debe estar en refrigeración y/o congelación según el producto a manejar, se siguen los parámetros indicados por las normas HACCP, este seguimiento por parte de cocina se da hasta que el producto terminado se encuentra en el buffet o en la mesa “cuando es servicio a la carta”.

## **7. Almacenamiento:**

Posterior al recibo de la mercadería del almacén, cocina debe hacer sus respectivas preparaciones según corresponda a la programación para así iniciar su producción y que su rotación sea rápida. Después de haber preparado su mise en place y no va a ser utilizado en el momento o el producto que no se utilizó en su totalidad, este debe ser empacado, rotulado y almacenado en cuartos fríos para su utilización según inventario PEPS con una rotación no mayor a 24 horas.

## **8. Seguridad:**

El concepto de seguridad se puede comprender desde los puntos de seguridad en higiene y seguridad industrial. Las normas HACCP manejadas en la compañía reflejan la importancia que se tiene en los manejos diarios, manteniendo la inocuidad de los alimentos y además la seguridad de los trabajadores.

## **9. Personal:**

Las divisiones mencionadas anteriormente como área, trabajos específicos y sobre todo el conocimiento del itinerario programado, permite que el ambiente laboral fluya rápidamente como la operación lo requiere; la experiencia del personal durante el tiempo de operación y las rotaciones algunos de ellos en los diferentes tipos de cocina como pantry, caliente, carta, también aportan a que se desarrollen los trabajos con una mayor facilidad y orientación en caso de que tengamos personas por capacitar.

## **Recomendaciones para Cocina:**

### **1. Capacitaciones:**

Se deberá seguir con el manejo de reuniones de capacitación, pero si es importante no tomar a última hora a una persona a que lea el formato; sabemos de la existencia del pánico escénico el cual debemos ir neutralizando dentro de nuestros equipos de trabajo, es por ello que recomiendo que se entregue desde el día anterior el tema para que al siguiente día lo lea ante sus compañeros exponiendo adicionalmente ejemplos, esto permitirá que todo el mundo participe y haciéndolo con mayor empoderamiento.

## **2. Presentación Personal:**

Este tema se menciona principalmente por los hombres y por la afeitada, ya que hay muchas personas que no cuentan con una correcta presentación, cabe recordar que son áreas de producción.

## **3. Montajes:**

Durante la presentación de los servicios en restaurantes, se deberá recalcar constantemente la buena presentación desde el principio hasta el final, no necesariamente tenemos que llenar las zonas al 100% de comida hasta el último minuto, pero si es importante que estas se encuentren estéticamente presentables.

## **Departamento: Eventos y Convenciones**

El área de Eventos y convenciones da un manejo de grupos, no solamente en el momento de llegada o de la prestación del servicio, esta área cuenta con una información y seguimiento desde que se está realizando la cotización la cual muchas veces suele suceder con meses de anticipación. Durante la capacitación se logró observar los siguientes puntos:

### **1. Manejo y organización de solicitudes:**

Los requerimientos al igual que en toda la compañía son tomados y canalizados desde el parte comercial, esto garantiza el manejo de una sola información.

### **2. Pasos requeridos para organización del evento:**

El Hotel se encargará solamente de recepcionar la información suministrada desde nuestra área comercial para así darle forma al requerimiento del cliente, generando las cotizaciones, sugerencias o limitaciones en caso de que se llegaran a presentar. Para llegar a esto algunas veces se realizan visitas de inspección que facilitan al cliente la visualización de su convención.

### **3. Vista de inspección:**

Estas se realizarán si el cliente las solicita, en ella se da la explicación de los estándares del hotel y con base en ellos se da la organización del itinerario y las modificaciones que se pueden llegar a presentar.

#### **4. Direccionamientos:**

El hotel recibe indicaciones directamente desde el área comercial, por lo tanto, la información y visita realizada será reportada para su conocimiento, esto permite que queden evidenciados todos sus requerimientos.

#### **5. Cotizaciones:**

Posterior a analizar los requerimientos del cliente se inicia el análisis de costos de cada uno de los eventos a realizar para así enviar la cotización al área comercial quien suministrara el dato al cliente.

#### **6. Evento:**

Después de haber coordinado la totalidad de los eventos y que el cliente haya pagado su plan en el área comercial, se inicia el proceso de recibimiento del grupo, primero que todo se envía una orden de evento la cual se transmite a cada una de las áreas del hotel donde aparecen las funciones específicas a realizar por departamento. Durante las actividades se debe estar en constante comunicación por parte del encargado de convenciones para así cumplir con los requerimientos adicionales que se puedan llegar a presentar.

#### **7. Eventos y Calidad:**

Para cumplir con los requisitos de la coordinación de calidad, el departamento de convenciones deberá seguir una serie de formatos que facilitan la realización del evento ya que soporta la verificación de chequeos, recibos y entregas de mercancía y satisfacción del huésped con sus encuestas.

#### **Recomendaciones para Eventos y Convenciones:**

Durante los recorridos realizados y el apoyo en las llegadas de los grupos, se observó la satisfacción de la totalidad de los eventos y la conformidad ante los servicios del hotel; algunas veces había falencias principalmente por el área comercial, pero al igual son situaciones que ocurren y se les puede dar manejo la mayoría de las veces para así garantizar que el servicio no caiga, sin embargo, es importante fortalecer en:

La metodología utilizada para el registro de los grupos no es fácil, ya que la impresión del listado está a nivel general y no los organizan alfabéticamente por apellidos, mi recomendación es la siguiente como lo hemos hecho en otros hoteles y que el resultado es excelente.

Tabla 51: Registro de Eventos

No de pax	APELLIDOS	NOMBRES	No de registro	No de mesa
1	ACOSTA	RICARDO	6	2
2	APONTE	JORGE	5	2
3	ARIAS	SEBASTIAN	2	1
4	BOTERO	ANDRES	6	2
5	BUITRAGO VILLA	CARLOS ALBERTO	12	4
6	CASTIBLANCO	PAOLA	4	1
7	CONTRERAS HURTADO	CLAUDIA	9	3
8	DELGADILLO SANCHEZ	VIVIAN PAOLA	8	2
9	FLOREZ	ANDRES	11	3
10	GUERRERO	JOHANNA	3	1
11	JAIKDHYS REBOLLEDO	INES SOFIA	10	3
12	LAGUADO	LINA MARIA	2	1
13	LIZARAZO HURTADO	DIEGO	8	2
14	LOPEZ ANDRADE	MARIA LINDA	12	4
15	MALDONADO	OSCAR	5	2
16	MEJÍA	LINA	4	1
17	MEZA	DORA	3	1
18	RAMIREZ MONTES	PEDRO ANTONIO	7	2
19	RAMIREZ PALACIO	IVAN	13	4
20	RAMIREZ RINCON	ALEX	10	3
21	RINCON FONSECA	SANDRA	9	3
22	SALGUERO RIVERA	GUILLERMO ABELINO	11	3

Fuente: Elaboración propia 2020

Como se puede observar tenemos claramente cuantas personas son, se puede llegar y buscar alfabéticamente sin demora alguna, además con que no tengan el mismo apellido o que vayan juntos no interfiere a la organización del archivo, se puede observar 3 ejemplos, el del color verde, el del color naranja y el del color amarillo, los del mismo color son compañeros de habitación.

## **Departamento de: Coordinación Interna De Calidad**

### **.1. Capacitación con departamentos:**

La capacitación se dará principalmente con los departamentos donde se realizan las auditorías, se observa y practica en cada uno de los procesos que se desempeñan y que son supervisados por la coordinación interna de calidad.

### **2. Orientación en proceso de Calidad:**

Se brindará orientación con base en los requerimientos del Gerente Corporativo y se explicará los posibles cambios o adiciones futuras que el coordinador corporativo de calidad exija al puesto y a los departamentos a través del tiempo.

Informe diario de Calidad: Se dará organización de algunos formatos como el informe diario de calidad y así unificar los criterios requeridos por el área corporativa y las jefaturas internas, para no solamente mirar las fallas, sino también las evoluciones que se están presentando, también se indicará que es importante observar todas las áreas del hotel y no solamente una en específico.

Informe de eventos: Aunque la coordinación corporativa de calidad no exige el informe de eventos quincenal, se dejará la plantilla para que en dado caso lo requiera ya se pueda darse el inicio de su manejo.

Auditorías Internas: Los formatos son los mismos que acostumbraba a manejar a las anteriores auditorías, no se direcciona a esto debido a que eso lo realiza el coordinador corporativo, pero se menciona como lo realizaba para que cuando lleguen esos cambios no sean tan drásticos.

## **Departamento de: Subgerencia Nocturna**

La práctica en subgerencia nocturna y la guía recibida para realización de la misma, se da primero que todo con las recomendaciones de la subgerencia diurna el cual dio las indicaciones necesarias antes de iniciar el trabajo, adicionalmente la practica con la persona encargada de las instalaciones en la noche el cual brinda información detallada de cada uno de los puntos tanto importantes como críticos

del turno. El manejo y recomendaciones para optimizar un buen desempeño se dan bajo los siguientes puntos:

### **1. Recibimiento del trabajo de las áreas:**

Mediante correo electrónico y bitácora de subgerencia diurna, la subgerencia nocturna recibe los trabajos, recomendaciones o parámetros a seguir en su horario para así garantizar la realización de los mismos en dado caso se necesite del apoyo.

### **2. Situaciones con huéspedes:**

En caso se presenten ocurrencias en el transcurso del día, se debe dejar plasmada la situación por parte de la persona que dio manejo para así hacer seguimiento por si la reclamación se vuelve a retomar por parte del huésped.

En caso de que la solución suministrada se tenga que manejar en la noche, la subgerencia hará los seguimientos detallados para así garantizar los servicios y o actividades ofrecidas.

### **3. Conocimiento del estado de habitaciones:**

A pesar que desde la mañana ya se tiene el conocimiento del supuesto estado del hotel para el horario nocturno, se debe recibir las novedades del día en recepción para tener conocimiento de movimientos que se presentaron como go shows, no shows, reservas pendientes por llegar “verificar su procedencia” reservas que no llegas y demás para así saber el estado real del hotel y las habitaciones con las que se cuentan disponibles.

En caso de que existan habitaciones disponibles, es importante recibir el apoyo de ama de llaves para que verifique el estado de algunas de ellas, las cuales servirán como apoyo para cualquier situación que se pueda llegar a presentar.

### **4. Conocimiento de estado de mantenimiento:**

Debido al funcionamiento de hotel, este punto es de los más importantes, ya que cualquier falla presentaría un gran inconveniente debido a que la producción de la

luz se da mediante generadores que se encuentran en el hotel los cuales dan los movimientos a los otros equipos. Al igual que la información de combustible y de generadores se debe requerir datos tan importantes adicionales como:

#### **5. Conocimiento de actividades:**

Debido a que se dan recorridos por todas las instalaciones, el conocimiento de las actividades que se realizarán son vitales para así dar un buen seguimiento a la preparación de las mismas; En este punto se averigua tipo de buffet, restaurantes habilitados, show de niños, show de adultos, etc. con base en ellos organizar los planes de contingencia que se puedan llegar a utilizar por si se presentan cuestiones climáticas o de otro tipo.

#### **6. Personal a cargo:**

El personal que se tiene a cargo por parte de la subgerencia nocturna cubre dos turnos:

El primero: Es el que encuentra laborando y ya está coordinado por los jefes de área debido a que su salida se da sobre las 11:00 pm.

Segundo turno: En esta llegada si es importante hacer seguimiento de las personas que arriban a las instalaciones y tener conocimiento de las novedades que se puedan llegar a presentar, es por ello que a las 11:00 pm se hace una reunión de encargados de áreas quienes dan su reporte y posteriormente se organizan las funciones. Esto facilita el buen desempeño de la operación ya que el personal cuenta con el conocimiento necesario para la realización de sus funciones, situación que también brinda beneficios a la subgerencia nocturna para que haga sus respectivos chequeos durante su horario laboral.

#### **7. Recorridos:**

Un puesto 90% operativo, durante el turno es importante realizar los respectivos recorridos por cada una de las áreas, allí se pueden ir encontrando novedades que pueden ser manejadas a tiempo; es importante también realizar un programa de actividades diarias como subgerencia nocturna para dar chequeos detallados de

áreas y cobijar la totalidad del hotel ya que en una noche debido a su tamaño no daría el tiempo necesario para hacer inspecciones detalladas.

## **Departamento de: Mantenimiento**

### **1. Generadores de Energía:**

4 generadores “3 funcionando” es indispensable, por este motivo es importante que el personal de mantenimiento este muy pendiente de la cantidad del mismo para así realizar los pedidos necesarios y a tiempo.

### **2. Cisterna:**

Después de tener el agua en la cisterna el área de mantenimiento realiza el direccionamiento a las habitaciones y deben mantener el nivel de cloro necesario para garantizar la calidad del agua, el agua fría entra a suministro directo a las habitaciones y para el manejo de agua caliente se direcciona a los calentadores.

### **3. Calentadores:**

El manejo de Calentadores dentro del hotel Decameron El Pueblo se da mediante 3 sectores encontrados en la zona sur, norte y SH, allí se debe realizar el proceso de calentamiento y lograr la temperatura exigida por seguridad e higiene.

### **4. PTAR:**

Antes de llegar el agua a la Planta de Tratamiento de Aguas Residuales “PTAR” y para garantizar el buen funcionamiento y la subsistencia de los organismos encontrados en las misma, es importante tener unas trampas de Grasas y Cloacas para así filtrar productos que no se podrían manejar en el área; estas últimas reciben mantenimientos de limpieza programadas por el área de mantenimiento y así ir desechando los residuos evitando taponamientos y reboses de estos sectores.

Al llegar a la zona de la PTAR, se realizan los pasos por cada una de las piscinas donde actúan los organismos y finalizado el proceso se direcciona el agua tratada hacia la zona del fondaje, agua que es manejada para el riego de los jardines y para la limpieza de camineras.

## **5. Actividades Generales:**

Las actividades programadas para la organización de situaciones del hotel se dan bajo programación o también por situaciones que no pueden dar espera las cuales deben generar arreglos inmediatos.

El grupo de mantenimiento organiza su personal y así estar pendientes de generadores, planta desalinizadora, habitaciones, pinturas, mantenimientos preventivos y correctivos; en las zonas públicas el grupo divide el área de zona norte y zona sur, más las otras áreas mencionadas, algunos trabajos como lo es carpinterías, mantenimientos de ciertos equipos, limpiezas de trampas, cloacas, PTAR, entre otras, son contratadas a proveedores los cuales realizan estas labores.

## **RECOMENDACIONES**

### **1. Capacidad PTAR**

Es recomendable que en la ampliación que se tiene programada para el hotel se piense en el nivel de capacidad de la PTAR que se adquirirá, para que esta tenga la capacidad suficiente de tratar el agua de ingreso y no suceda como ahora que cuando llega a su tope ya pasa directamente al fondaje, provocando esto los malos olores en el riego.

### **2. Nivel De Agua Piscina:**

Es importante nivelar el agua de la piscina para que los coagulantes de grasas como bronceadores, bloqueadores salgan directamente por las rejillas y sean tratadas nuevamente por la planta, retornando así el agua en óptimas condiciones, ya que en horas de la tarde a las orillas de la piscina se observa la acumulación de este tipo de residuos dando malos aspectos a mencionadas áreas.

## CONCLUSIONES

Gestión de la Calidad se relaciona directa y significativamente con la satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo, Ate, Lima - 2020, debido a que el valor de  $T_{Calculada}$  (13.20) es mayor al valor hallado en la tabla  $t_{critico}$  (1.980), se debe rechazar la hipótesis nula ( $H_0$ ) y aceptar nuestra hipótesis propuesta ( $H_a$ )

Tangibilidad se relaciona directa y significativamente con la satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo, Ate, Lima - 2020, debido a que el valor de  $T_{Calculada}$  (4.05) es mayor al valor hallado en la tabla  $t_{critico}$  (1.980), se debe rechazar la hipótesis nula ( $H_0$ ) y aceptar nuestra hipótesis propuesta ( $H_a$ )

Fiabilidad no se relaciona directa y significativamente con la satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo, Ate, Lima - 2020, debido a que el valor de  $T_{Calculada}$  (1.18) es mayor al valor hallado en la tabla  $t_{critico}$  (1.980), se debe aceptar la hipótesis nula ( $H_0$ ) y rechazar nuestra hipótesis propuesta ( $H_a$ )

Capacidad de respuesta se relaciona directa y significativamente con la satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo, Ate, Lima - 2020, debido a que el valor de  $T_{Calculada}$  (12.71) es mayor al valor hallado en la tabla  $t_{critico}$  (1.980), se debe rechazar la hipótesis nula ( $H_0$ ) y aceptar nuestra hipótesis propuesta ( $H_a$ )

Seguridad se relaciona directa y significativamente con la satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo, Ate, Lima - 2020, debido a que el valor de  $T_{Calculada}$  (10.21) es mayor al valor hallado en la tabla  $t_{critico}$  (1.980), se debe rechazar la hipótesis nula ( $H_0$ ) y aceptar nuestra hipótesis propuesta ( $H_a$ )

Empatía se relaciona directa y significativamente con la satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo, Ate, Lima - 2020, debido a que el valor de  $T_{Calculada}$  (9.54) es mayor al valor hallado en la tabla  $t_{critico}$  (1.980), se debe rechazar la hipótesis nula ( $H_0$ ) y aceptar nuestra hipótesis propuesta ( $H_a$ )

## RECOMENDACIONES

En la cadena hotelera Decameron, se cuenta con 38 establecimientos hoteleros en 9 países, por lo que muchas veces se dificulta realizar los estándares de operación y por ende los que están orientados hacia los trabajadores, estos desordenes se pueden dar por diversas razones: por displicencia, por mala gestión interna y por qué las realidades, coyunturas e idiosincrasias de los 9 países son distintos. Por lo que se sugiere que la gestión de la calidad hacia los trabajadores considere las limitaciones expuestas anteriormente, para que de esta manera se de la flexibilidad oportuna para una óptima gestión.

En Decameron EL Pueblo, se realiza una gestión hacia el cliente interno, promovida por el departamento de Recursos Humanos, sin embargo, ésta no se abastece, tanto en cantidad de personas que conforman dicha área, así como en el volumen de actividades y responsabilidades. También se debe mencionar que la falta de liderazgo resalta en la dirección nacional de Recursos Humanos, por lo que se considera la posibilidad de aplicar auditorías externas que expongan resultados verídicos, confiables y con propuestas viables.

Para efectos de Organizaciones gubernamentales, como MINCETUR y Municipalidad de Ate, cuya responsabilidad es de gestión descentralizada y fiscalizadora, debe brindar campañas sensibilizadoras hacia los gestores hoteleros y empleadores, de manera paralela se debe intensificar esfuerzos para que las fiscalizaciones se realicen de manera conjunta y constante con el Ministerio de Trabajo, siempre prevaleciendo el cumplimiento de las normas nacionales de carácter laboral, de tal manera garanticen la satisfacción del cliente interno.

Debido a la afinidad de la misión con AHORA (Asociación de Hoteles y Restaurantes y Afines del Per), se debe considerar el trabajo en conjunto con la intención de integrar a todos los trabajadores hoteleros y se brinde beneficios exclusivos como compensación de éxito en labores y objetivos asignados. Esto beneficiará íntegramente a cada uno de los trabajadores y sus familias, de tal manera se sientan reconocidos y únicos frente a otras industrias.

La Gestión de la Calidad en El Pueblo se da en procesos que muchas veces se realizan de manera parcial o equivocada, por ende, se puede considerar tomar las diferentes teorías desplegadas en la presente investigación como base y se pueda

estructurar una planificación adecuada, esto a largo plazo. Por lo pronto la gerencia del hotel deberá velar y fiscalizar directamente para que se realice lo que está establecido, esto de la mano con el departamento de Calidad. Se debe establecer metas, las mismas que estarán parametradas con indicadores intuitivos, alcanzables y mesurables

La Satisfacción del Cliente Interno en Decameron El Pueblo es parcializada, ligado directamente al éxito de gestión del jefe inmediato. Las pocas capacitaciones, o actividades motivadoras pueden estar mellando en las actitudes de los trabajadores. Por otro lado, extrínsecamente se encuentran bien recompensados, con horarios y jornadas justas, así como una compensación económica acorde a la posición y responsabilidad, esto se ve reflejado en el resultado de la encuesta.

Además de la propuesta de fiscalización a través de una organización externa, se propone intensificar las actividades de motivación a través charlas y/o actividades integradoras como tardes deportivas o similares de tal manera se cumplan con lo establecido en la gestión de la calidad. De manera paralela, se propone sensibilizar a los jefes corporativos de la importancia de la gestión de la calidad y su repercusión en la satisfacción del cliente interno, pues de ellos depende de la gran mayoría de decisiones organizacionales, así como empatía genuina con los trabajadores.

Se debe considerar que una de las principales debilidades, según la encuesta, es la dimensión de la fiabilidad, la misma que está compuesta por los indicadores de solución de problemas, la prestación idónea de los servicios y cumplimiento de acuerdo a los estándares internos del hotel. Para ello se debe trabajar con capacitaciones, no solo teóricas, sino que deben ser desplegadas a través de simulaciones y simulacros constantes, de deberá evaluar las competencias oportunas a los trabajadores y ofrecer un reconocimiento distintivo, en caso no se consiga pasar satisfactoriamente las evaluaciones, se deberá insistir con las capacitaciones hasta conseguir la interiorización de los estándares.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

Acuña, RS y Villalobos, HL (2016). *Relación de la satisfacción laboral del cliente interno con la calidad del servicio de atención al cliente externo en el área plataforma del Banco de Crédito del Perú Agencia Cajamarca, 2016*. [Tesis de maestría]. Cajamarca, Perú: Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo.

<http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/127/Villalobos%20-%20Acu%c3%b1a.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Alanoca, R. (2017). *Gestión de la calidad y satisfacción laboral del personal en los servicios de salud del Hospital María Auxiliadora, 2017*. [Tesis de maestría].

Perú: Universidad César Vallejo.  
[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/22405/Alanoca\\_YR.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/22405/Alanoca_YR.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Baptista, P., Fernández, C. y Hernández, R. (2014). *Investigación Científica*. (6ta ed.) D.F. México: Mc Graw Hill. <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Carrasco, S. (2013). *Metodología de la investigación científica*. Lima: Editorial San Marcos.

Charaja, YM y Mamani, J. (2014). Satisfacción laboral y motivación de los trabajadores de la dirección regional de comercio exterior y turismo – Puno – Perú, 2013. *Comunicación*, 5 (1).

[http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2219-71682014000100001](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682014000100001)

Civera, M. (2008). *Análisis de la relación entre Calidad y Satisfacción en el ámbito hospitalario en función del modelo de gestión establecido*. [Tesis de doctorado]. Castellón, España: Universitat Jaume I. <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10357/civera.pdf?sequence=1>

Del Castillo, V., Marroquin, R., Sanchez, R., & Villegas, L. (2014). Teoría y praxis de la investigación científica. Lima: Editorial San Marcos.

Díaz, L. y Canivell, G. (2016). La estimulación moral como proceso de motivación el sector cooperativo. *Revista de Cooperativismo y Desarrollo*, 4 (1). <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:4crGjGFt57AJ:https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5607715.pdf+&cd=2&hl=es&ct=clnk&gl=pe>

Duque, EJ y Palacios, D. (2017). Evaluación de la calidad de servicio percibida en los establecimientos hoteleros de Quibdó. *Criterio Libre*, 15 (26), 195-213. <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/view/1047/812>

Durán, A. (2018). *Trabajo en equipo*. España: Editorial Tutor Formación. [https://books.google.com.pe/books?id=GG12DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=trabajo+en+equipo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwilu\\_vD0\\_roAhUjF7kGHbKZDzUQ6AEIMDAB#v=onepage&q=trabajo%20en%20equipo&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=GG12DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=trabajo+en+equipo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwilu_vD0_roAhUjF7kGHbKZDzUQ6AEIMDAB#v=onepage&q=trabajo%20en%20equipo&f=false)

Herzberg, F. (1966). *Work and Nature of Man*. Cleveland: The world Publishing Co.

Herzberg, F. (1973). El concepto de la higiene, la motivación y los problemas de trabajo potencial humano en los conceptos de la conducta en la administración. San Paulo: EPU.

Joubert, E. (2015). Los sistemas de Gestión de la Calidad en el sector hotelero: perspectivas y desafíos para su implementación en hoteles de la ciudad de Neuquen. [Tesis de maestría]. Bernal, Argentina: Universidad nacional de Argentina. <https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/130/TESIS%20JOURBERT.pdf?sequ>

Maliza, W. (2019). Gestión de la Calidad y satisfacción de los usuarios en las direcciones distritales de educación de la provincia de Los Ríos, periodo 2014 -2016. [Tesis de doctorado]. Lima, Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

[https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/10465/Maliza\\_cw.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/10465/Maliza_cw.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Maslow, A. (1971). Una teoría de la Motivación Humana. En el comportamiento humano en la empresa. Rio de Janeiro: Fundación Getulio Vargas.

Muñoz, C. (2015). Cómo elaborar y asesora una investigación de tesis. México: Pearson Educación.

Muñoz, G. (2017). *Análisis de la calidad del servicio del hotel Perla Verde de la ciudad de Esmeraldas*. [Tesis de Maestría]. Esmeraldas, Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador. <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1116/1/MU%C3%91OZ%20BENAVIDES%20GIRA.pdf>

Ñaupas, H., Valdivia, MR, Palacios, JJ y Romero, HE (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis*. (5ta ed.) Bogotá: Ediciones de la U. [https://edicionesdelau.com/wp-content/uploads/2018/09/Anexos-Metodologia\\_%C3%91aupas\\_5aEd.pdf](https://edicionesdelau.com/wp-content/uploads/2018/09/Anexos-Metodologia_%C3%91aupas_5aEd.pdf)

Obregón, E., Rodríguez, JE, Pérez, VE, y Capote, T. (2019). *Procedimiento de medición de la satisfacción del cliente interno en hoteles de la Cadena ISLAZUL, Pinar del Río*. Cuba: Universidad de Pinar del Río. <http://eventos.upr.edu.cu/index.php/MARDELTUR2019/TIGM/paper/viewFile/1839/1379>

Parra, IC (2017). Sistema de gestión de la calidad en el hotel Brisas Covarrubias, Cuba. *Ulima*, 035, 99-110. [http://revistas.ulima.edu.pe/index.php/Ingenieria\\_industrial/article/view/1793/1808](http://revistas.ulima.edu.pe/index.php/Ingenieria_industrial/article/view/1793/1808)

Payares, K., Berdugo, A., Caridad, M., y Navarro, E. (2017). Endomarketing y calidad de servicio interno en las pequeñas empresas. *Espacios*, 38 (57), 32-43. <https://www.revistaespacios.com/a17v38n57/a17v38n57p32.pdf>

Sánchez, H., Reyes, C. y Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Lima: Vicerrectorado de Investigación

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:9LJSUFGt8csJ:repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/1480/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf%3Fsequence%3D1%26isAllowed%3Dy+&cd=2&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe>

- Sandoval, F. (2018). El Sistema de Gestión de la Calidad y la atención al cliente en el restaurante El Gourmet Urbano en el distrito de San Isidro, 2015. [Tesis de maestría]. Lima, Perú: Universidad de San Martín de Porres. [http://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/4339/sandoval\\_cfe.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/4339/sandoval_cfe.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Steffanell, I., Arteta, Y. y Noda, M. (2017). La satisfacción del cliente interno en pequeñas y medianas empresas hoteleras. Cuba. *Ciencias Holguín*, 23 (3), 1-13. <https://www.redalyc.org/pdf/1815/181552082003.pdf>
- Tarí, JJ, Molina, JF y Pereira, J. (2017). *Gestión de la calidad en el turismo*. España: Madrid Síntesis.
- Tisnado, T. (2015). Gestión de la calidad en la industria hotelera de Puno: Caso hotel tres estrellas. *Revista de Investigaciones de la Escuela de Posgrado de la UNA Puno*, 8 (4), 50-66. <http://revistaepgunapuno.org/index.php/SECONOMICO/article/viewFile/608/178>
- Tobías, S., Celestino, A., Del Hierro, D. y Martínez, J. (2019). Componentes de la satisfacción del cliente interno. *Revista Española de Educación Física y Deportes – REEFD*, (426), 482-450. <http://www.reefd.es/index.php/reefd/article/viewFile/818/695>
- Vara, A. (2015). 7 pasos para elaborar una tesis. Lima: Empresa Editora Macro EIRL.
- Zayas, PM, Báez, RA, Zayas, J. y Hernández, M. (2015). Causas de la Satisfacción laboral en una organización. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas*, XXIII (2), 35-51. <http://www.scielo.org.co/pdf/rfce/v23n2/v23n2a04.pdf>

Zubiri, F. (2013). Satisfacción y motivación profesional. *Anales Sistema Sanitario de Navarra*, 36 (2), 193-198.  
[http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1137-66272013000200002](http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1137-66272013000200002)

## **ANEXOS**

## ANEXO 1

**Tabla 52:** Matriz de consistencia

Título: Gestión de la calidad y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo, 2020.

#	Problema	Objetivos	Hipotesis	#	Variab e	Dimension es	Indicadores	Ítems	Escala de Medició n	Metodología	
1.-	<b>General:</b>			1.- <b>Gestión de calidad</b> <i>Teoría Servpref</i>	Tangibilidad	Apariencia moderna	Apariencia moderna	1.- <i>Trabajo con nuevos equipos y tecnologías de apariencia moderna.</i>	Totalment e de acuero: 5  De acuero: 4  Ni de acuero ni en desacuero: 3  En desacuero: 2  Totalment e en desacuero: 1	<b>Enfoque de la investigaci ón:</b> <i>Cuantitativo.</i>	
	¿De qué manera se relaciona la gestión de calidad y la satisfacci ón del cliente interno en el Hotel Decamer on El Pueblo en Lima, 2020?	Determin ar la relación existente entre la gestión de calidad y la satisfacci ón del cliente interno en el Hotel Decamer on El Pueblo en Lima, 2020.	Existe relación directa entre la gestión de calidad y la satisfacci ón del cliente interno en el Hotel Decamer on El Pueblo en Lima, 2020.					Apariencia pulcra			Apariencia pulcra
						Fiabilidad	Solucionar problemas				

Específicas:			
2.-			
2.1.-	¿De qué manera se relaciona la tangibilidad y la satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo en Lima, 2020?	Determinar la relación entre tangibilidad y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo en Lima, 2020.	Existe relación directa entre tangibilidad y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo en Lima, 2020.
2.2.-	¿De qué manera se relaciona la fiabilidad y la satisfacción del cliente interno en	Determinar la relación entre fiabilidad y satisfacción del cliente interno en el Hotel	Existe relación directa entre fiabilidad y satisfacción del cliente interno en el Hotel

	<i>Prestar bien el servicio</i>	4.- <i>Presto un servicio en el tiempo, de acuerdo a los estándares exigidos.</i>
	<i>Cumple tiempos acordados</i>	5.- <i>Presto un servicio en el tiempo de acuerdo a los estándares exigidos.</i>
Capacidad de respuesta	<i>Servicio rápido y ágil</i>	6.- <i>Ofrezco un servicio rápido y ágil.</i>
	<i>Disposición de ayuda</i>	7.- <i>Siempre estoy dispuesto a ayudar.</i>
Seguridad	<i>Transmiten confianza</i>	8.- <i>Por mi comportamiento suelo transmitir confianza.</i>
	<i>Equipo amable</i>	9.- <i>Siempre soy amable.</i>
	<i>Equipo capacitado</i>	10.- <i>Tengo conocimientos suficientes</i>

**Corte:** *Transversal*

**Nivel de investigación:** *Correlacional.*

**Población:** *100 colaboradores.*

**Muestra** *100 colaboradores.*

**Muestro:** *No probabilístico.*

**Criterios de exclusión:** *Menos de 1 año laborando.  
Menos de 18 y mayor de 60.*

	el Hotel Decamer on El Pueblo en Lima, 2020?	Decamer on El Pueblo en Lima, 2020.	Decamer on El Pueblo en Lima, 2020.			para responder a las preguntas de los huéspedes.		
2.3.	¿De qué manera se relaciona la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente interno en el Hotel Decamer on El Pueblo en Lima, 2020?	Determinar la relación entre capacidad de respuesta y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decamer on El Pueblo en Lima, 2020.	Existe relación directa entre capacidad de respuesta y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decamer on El Pueblo en Lima, 2020.		Empatía	<p>Horario adecuado</p> <p>Atención personalizada</p> <p>Intereses del cliente</p>	<p>11. Tengo un horario laboral adecuado.</p> <p>12. Ofrezco información y atención personalizada.</p> <p>13. Busco lo mejor para los intereses del cliente.</p>	<p>Eventual o Part time.</p> <p>Mayor de 1 año laborando.</p> <p>Mayor de 18 y menor de 60.</p>
2.4.	¿De qué manera se relaciona la seguridad	Determinar la relación entre seguridad y	Existe relación directa entre seguridad y	<b>2.- Satisfacción del cliente interno</b>	Factores higiénicos	Condiciones de trabajo	<p>14. El Hotel Decameron El Pueblo otorga buenas condiciones de trabajo.</p>	<p>Contrato tiempo completo.</p>

	y la satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo en Lima, 2020?	satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo en Lima, 2020.	satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo en Lima, 2020.
2.5. -	¿De qué manera se relaciona la empatía y la satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo	Determinar la relación entre empatía y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo	Existe relación directa entre empatía y satisfacción del cliente interno en el Hotel Decameron El Pueblo

Teoría de los dos factores de Herzberg

(no satisfactorios)	Salario	15. - El salario que me brinda el hotel está acorde al mercado.
	Relaciones con el supervisor	16. - La relación con mi supervisor inmediato es la más idónea, lo cual permite cumplir mis objetivos.
	Beneficios y servicios sociales	17. - El Hotel Decameron El Pueblo me otorga todos los beneficios y servicios sociales.
Factores motivacionales (satisfactorios)	Reconocimiento	18. - Alcanzando los metas planteados en mi área, mis compañeros, jefe, subordinados me reconocen.
	Progreso Profesional	19. - El Hotel Decameron El Pueblo cuenta con políticas estables y

Recolección de datos:

Encuesta tipo cuestionario

Escala tipo likert (1 al 5).

	Pueblo en Lima, 2020?	en Lima, 2020.	en Lima, 2020.				<i>previsibles para el crecimiento profesional.</i>		
					<i>Responsabilidad</i>	20.	<i>La responsabilidad del cargo está acorde al contrato realizado por el hotel.</i>		

Fuente: Elaboración propia 2020

## **ANEXO 2**

# **VALIDEZ DE CONTENIDO DE INSTRUMENTO POR JUCIO DE EXPERTOS**

### **INFORMACIÓN QUE SE PRESENTA AL EXPERTO:**

- 1. Solicitud.**
- 2. Informe de Validación del Instrumento (Encuesta).**
- 3. Matriz de Consistencia.**



SOLICITO: Validación de Instrumento de Investigación.

Yo, Gustavo Alexander Mariñas Espinoza, perteneciente al Programa de Posgrado en Gestión de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología de la Universidad de San Martín de Porres, me dirijo a usted respetuosamente para expresarle lo siguiente:

Que siendo necesario contar con la validación de los instrumentos para recolectar datos que me permitan continuar con mi trabajo de investigación para la tesis titulada "GESTIÓN DE LA CALIDAD Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO EN EL HOTEL DECAMERON EL PUEBLO EN LA CIUDAD DE LIMA, 2020".

Solicito a Ud. tenga a bien validar como juez experto en el tema, para ello acompaño los documentos siguientes:

1. Informe de Validación del Instrumento - Cuestionario.
2. Matriz de Consistencia.

Le agradezco anticipadamente por la atención a la presente solicitud.

Atentamente,

Lima, 01 de junio de 2020

---

Gustavo Alexander Mariñas Espinoza

DNI: 46124563

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del validador : Fabrizio Augusto Alberca Sialer.  
 1.2. Grado Académico : Magister en Gestión Cultural, Patrimonio y Turismo.  
 1.3. Institución donde labora : Universidad de San Martín de Porres.  
 1.4. Especialidad del validador : Investigación, turismo, patrimonio.  
 1.5. Título de la investigación : “GESTIÓN DE LA CALIDAD Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO EN EL HOTEL DECAMERON EL PUEBLO EN LA CIUDAD DE LIMA, 2020”.  
 1.6. Autor del instrumento : Gustavo Alexander Mariñas Espinoza.

### II. INSTRUMENTO: ENTREVISTA

#### 2.1. VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO: Gestión de la calidad.

Ítems	Escala				Observaciones
	0-25 No pertenece	26-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente si pertenece	76-100 Si pertenece	
<b>Elementos tangibles</b>					
Trabajo con nuevos equipos y tecnologías de apariencia moderna.				100%	
Considero que usando el uniforme mantengo una apariencia pulcra.				100%	
<b>Fiabilidad</b>					

Cuando un cliente tiene un inconveniente, muestro un sincero interés en solucionarlo.				100%	
Presto un servicio en el tiempo, de acuerdo a los estándares exigidos.				100%	
Cuando un cliente tiene un inconveniente, muestro un sincero interés en solucionarlo.				100%	
<b>Capacidad de respuesta</b>					
Ofrezco un servicio rápido y ágil.				100%	
Siempre estoy dispuesto a ayudar.				100%	
<b>Seguridad</b>					
Por mi comportamiento suelo transmitir confianza.				100%	
Siempre soy amable.				100%	
Tengo conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los huéspedes.				100%	
<b>Empatía</b>					
Tengo un horario laboral adecuado.				100%	
Ofrezco información y atención personalizada.				100%	
Busco lo mejor para los intereses del cliente.				100%	

**PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100%**

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO 2: Satisfacción del cliente interno.**

Ítems	Escala				Observaciones
	0-25 No pertenece	26-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente si pertenece	76-100 Si pertenece	
<b>Factores higiénicos (no satisfactores)</b>					
El Hotel Decameron El Pueblo otorga buenas condiciones de trabajo.				100%	
El salario que me brinda el hotel está acorde al mercado.				100%	
La relación con mi supervisor inmediato es la más idónea, lo cual permite cumplir mis objetivos.				100%	
El Hotel Decameron El Pueblo me otorga todos los beneficios y servicios sociales.				100%	
<b>Factores Motivacionales (Satisfactores)</b>					
Alcanzando las metas planteados en mi área, mis compañeros, jefe, subordinados me reconocen.				100%	
El Hotel Decameron El Pueblo cuenta con políticas estables y previsibles para el crecimiento profesional.				100%	
La responsabilidad del cargo está acorde al contrato realizado por el hotel.				100%	

**PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100%**

## 2.2. ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

Indicadores	Criterios	Regular 41-60%	Buena 61-80%	Muy buena 81-100%
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.			100%
Objetividad	Está expresado en conductas observables.			100%
Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.			100%
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.			100%
Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.			80%
Consistencia	Basado en aspectos teórico-científicos.			100%
Coherencia	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.			100%
Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.			100%
Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.			100%

### PROMEDIO DE VALORACIÓN: 95% OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
- ( ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lima, 02 de junio de 2020



Firma del Experto Informante

DNI. N°: 43129208

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del validador : Alemán Carmona, Ana Maria  
 1.2. Grado Académico : Doctora Turismo.  
 1.3. Institución donde labora : Universidad de San Martín de Porres.  
 1.4. Especialidad del validador : Investigación, turismo, patrimonio.  
 1.5. Título de la investigación : “GESTIÓN DE LA CALIDAD Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO EN EL HOTEL DECAMERON EL PUEBLO EN LA CIUDAD DE LIMA, 2020”.  
 1.6. Autor del instrumento : Gustavo Alexander Mariñas Espinoza.

### II. INSTRUMENTO: ENTREVISTA

#### 2.1. VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO: Gestión de la calidad.

Ítems	Escala				Observaciones
	0-25 No pertenece	26-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente si pertenece	76-100 Si pertenece	
<b>Elementos tangibles</b>					
Trabajo con nuevos equipos y tecnologías de apariencia moderna.				80%	
Considero que usando el uniforme mantengo una apariencia pulcra.				100%	
<b>Fiabilidad</b>					

Cuando un cliente tiene un inconveniente, muestro un sincero interés en solucionarlo.				80%	
Presto un servicio en el tiempo, de acuerdo a los estándares exigidos.				80%	
Cuando un cliente tiene un inconveniente, muestro un sincero interés en solucionarlo.					
<b>Capacidad de respuesta</b>					
Ofrezco un servicio rápido y ágil.			60%		
Siempre estoy dispuesto a ayudar.				80%	
<b>Seguridad</b>					
Por mi comportamiento suelo transmitir confianza.			50%	0%	
Siempre soy amable.			50%	0%	
Tengo conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los huéspedes.					
<b>Empatía</b>					
Tengo un horario laboral adecuado.				70%	
Ofrezco información y atención personalizada.				70%	
Busco lo mejor para los intereses del cliente.					

**PROMEDIO DE VALORACIÓN: 60%**

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO 2: Satisfacción del cliente interno.**

Ítems	Escala				Observaciones
	0-25 No pertenece	26-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente si pertenece	76-100 Si pertenece	
<b>Factores higiénicos (no satisfactores)</b>					
El Hotel Decameron El Pueblo otorga buenas condiciones de trabajo.				80%	
El salario que me brinda el hotel está acorde al mercado.				80%	
La relación con mi supervisor inmediato es la más idónea, lo cual permite cumplir mis objetivos.				80%	
El Hotel Decameron El Pueblo me otorga todos los beneficios y servicios sociales.					
<b>Factores Motivacionales (Satisfactores)</b>					
Alcanzando los metas planteados en mi área, mis compañeros, jefe, subordinados me reconocen.				100%	
El Hotel Decameron El Pueblo cuenta con políticas estables y previsibles para el crecimiento profesional.				100%	
La responsabilidad del cargo está acorde al contrato realizado por el hotel.					

**PROMEDIO DE VALORACIÓN: 90%**

## 2.2. ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

Indicadores	Criterios	Regular 41-60%	Buena 61-80%	Muy buena 81-100%
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.			100%
Objetividad	Está expresado en conductas observables.			100%
Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.			100%
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.			100%
Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.			80%
Consistencia	Basado en aspectos teórico-científicos.			100%
Coherencia	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.			90%
Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.			100%
Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.			100%

### PROMEDIO DE VALORACIÓN: 95% OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

( ) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

(X) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lima, 08 de junio de 2020



Firma del Experto Informante

DNI. N°: 40422486

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del validador : Gómez de la Fuente Ana Patricia  
 1.2. Grado Académico : Maestro  
 1.3. Institución donde labora : Universidad de San Martín de Porres.  
 1.4. Especialidad del validador : Maestro en Ciencias Gastronómicas  
 1.5. Título de la investigación : “GESTIÓN DE LA CALIDAD Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO EN EL HOTEL DECAMERON EL PUEBLO EN LA CIUDAD DE LIMA, 2020”.  
 1.6. Autor del instrumento : Gustavo Alexander Mariñas Espinoza.

### II. INSTRUMENTO: ENTREVISTA

#### 2.1. VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO: Gestión de la calidad.

Ítems	Escala				Observaciones
	0-25 No pertenece	26-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente si pertenece	76-100 Si pertenece	
<b>Elementos tangibles</b>					
Trabajo con nuevos equipos y tecnologías de apariencia moderna.				x	
Considero que usando el uniforme mantengo una apariencia pulcra.			x		
<b>Fiabilidad</b>					

Cuando un cliente tiene un inconveniente, muestro un sincero interés en solucionarlo.				x	
Presto un servicio en el tiempo, de acuerdo a los estándares exigidos.				x	
Cuando un cliente tiene un inconveniente, muestro un sincero interés en solucionarlo.				x	
<b>Capacidad de respuesta</b>					
Ofrezco un servicio rápido y ágil.				x	
Siempre estoy dispuesto a ayudar.				x	
<b>Seguridad</b>					
Por mi comportamiento suelo transmitir confianza.				x	
Siempre soy amable.				x	
Tengo conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los huéspedes.				x	
<b>Empatía</b>					
Tengo un horario laboral adecuado.				x	
Ofrezco información y atención personalizada.				x	
Busco lo mejor para los intereses del cliente.				x	

**PROMEDIO DE VALORACIÓN: 93%**

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO 2: Satisfacción del cliente interno.**

Ítems	Escala				Observaciones
	0-25 No pertenece	26-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente si pertenece	76-100 Si pertenece	
<b>Factores higiénicos (no satisfactores)</b>					
El Hotel Decameron El Pueblo otorga buenas condiciones de trabajo.				X	
El salario que me brinda el hotel está acorde al mercado.				X	
La relación con mi supervisor inmediato es la más idónea, lo cual permite cumplir mis objetivos.				X	
El Hotel Decameron El Pueblo me otorga todos los beneficios y servicios sociales.				X	
<b>Factores Motivacionales (Satisfactores)</b>					
Alcanzando los metas planteados en mi área, mis compañeros, jefe, subordinados me reconocen.				X	
El Hotel Decameron El Pueblo cuenta con políticas estables y previsibles para el crecimiento profesional.				X	
La responsabilidad del cargo está acorde al contrato realizado por el hotel.			X		

**PROMEDIO DE VALORACIÓN: 96%**

## 2.2. ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

Indicadores	Criterios	Regular 41-60%	Buena 61-80%	Muy buena 81-100%
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.			x
Objetividad	Está expresado en conductas observables.			x
Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.		x	
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.			x
Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.			x
Consistencia	Basado en aspectos teórico-científicos.		x	
Coherencia	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.			x
Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.			x
Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.			x

### PROMEDIO DE VALORACIÓN: 95% OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

(x) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

( ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lima, 18 de julio de 2020



---

Firma del Experto Informante

DNI. N°: 43617934

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del validador : Vizcarra Tasso, Selena Sarela  
 1.2. Grado Académico : Mg. En Marketing turístico y hotelero  
 1.3. Institución donde labora : Universidad de San Martín de Porres.  
 1.4. Especialidad del validador : Hotelería  
 1.5. Título de la investigación : “GESTIÓN DE LA CALIDAD Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO EN EL HOTEL DECAMERON EL PUEBLO EN LA CIUDAD DE LIMA, 2020”.  
 1.6. Autor del instrumento : Gustavo Alexander Mariñas Espinoza.

### II. INSTRUMENTO: ENTREVISTA

#### 2.1. VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO: Gestión de la calidad.

Ítems	Escala				Observaciones
	0-25 No pertenece	26-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente si pertenece	76-100 Si pertenece	
<b>Elementos tangibles</b>					
Trabajo con nuevos equipos y tecnologías de apariencia moderna.				<b>90</b>	
Considero que usando el uniforme mantengo una apariencia pulcra.				<b>100</b>	
<b>Fiabilidad</b>					

Cuando un cliente tiene un inconveniente, muestro un sincero interés en solucionarlo.				100	
Presto un servicio en el tiempo, de acuerdo a los estándares exigidos.				100	
Cuando un cliente tiene un inconveniente, muestro un sincero interés en solucionarlo.					
<b>Capacidad de respuesta</b>					
Ofrezco un servicio rápido y ágil.				100	
Siempre estoy dispuesto a ayudar.				100	
<b>Seguridad</b>					
Por mi comportamiento suelo transmitir confianza.				90	
Siempre soy amable.				100	
Tengo conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los huéspedes.				90	
<b>Empatía</b>					
Tengo un horario laboral adecuado.				100	
Ofrezco información y atención personalizada.				100	
Busco lo mejor para los intereses del cliente.				100	

**PROMEDIO DE VALORACIÓN: 60%**

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO 2: Satisfacción del cliente interno.**

Ítems	Escala				Observaciones
	0-25 No pertenece	26-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente si pertenece	76-100 Si pertenece	
<b>Factores higiénicos (no satisfactores)</b>					
El Hotel Decameron El Pueblo otorga buenas condiciones de trabajo.				100	
El salario que me brinda el hotel está acorde al mercado.				100	
La relación con mi supervisor inmediato es la más idónea, lo cual permite cumplir mis objetivos.				100	
El Hotel Decameron El Pueblo me otorga todos los beneficios y servicios sociales.				100	
<b>Factores Motivacionales (Satisfactores)</b>					
Alcanzando los metas planteados en mi área, mis compañeros, jefe, subordinados me reconocen.				90	
El Hotel Decameron El Pueblo cuenta con políticas estables y previsibles para el crecimiento profesional.				100	
La responsabilidad del cargo está acorde al contrato realizado por el hotel.				100	

**PROMEDIO DE VALORACIÓN: 90%**

## 2.2. ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

Indicadores	Criterios	Regular 41-60%	Buena 61-80%	Muy buena 81-100%
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.			100
Objetividad	Está expresado en conductas observables.			100
Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.			90
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.			100
Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.			100
Consistencia	Basado en aspectos teórico-científicos.			100
Coherencia	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.			100
Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.			100
Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.			100

### PROMEDIO DE VALORACIÓN: 95% OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

( ) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado. 98%

(X) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lima, 05 de junio de 2020



Firma del Experto Informante

DNI. N°: .....25757384.....



**Tabla 53:** Modelo de encuesta

<b>GESTIÓN DE LA CALIDAD</b>	<b>ESCALA</b>				
<b>Dimensión Tangibilidad</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1. Trabajo con nuevos equipos y tecnologías de apariencia moderna.					
2. Considero que usando el uniforme mantengo una apariencia pulcra.					
<b>Dimensión Fiabilidad</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
3. Cuando un cliente tiene un inconveniente, muestro un sincero interés en solucionarlo.					
4. Habitualmente brindo un buen servicio.					
5. Presto un servicio en el tiempo de acuerdo a los estándares exigidos.					
<b>Dimensión Capacidad de respuesta</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
6. Ofrezco un servicio rápido y ágil.					
7. Siempre estoy dispuesto a ayudar.					
<b>Dimensión Seguridad</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
8. Por mi comportamiento suelo transmitir confianza.					
9. Siempre soy amable.					
10. Tengo conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los huéspedes.					
<b>Dimensión Empatía</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
11. Tengo un horario laboral adecuado.					
12. Ofrezco información y atención personalizada.					
13. Busco lo mejor para los intereses del cliente.					
<b>SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO</b>	<b>ESCALA</b>				
<b>Factores Higiénicos (no satisfactores)</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
14. El Hotel Decameron El Pueblo otorga buenas condiciones de trabajo.					

15.El salario que me brinda el hotel está acorde al mercado.					
16.La relación con mi supervisor inmediato es la más idónea, lo cual permite cumplir mis objetivos.					
17.El Hotel Decameron El Pueblo me otorga todos los beneficios y servicios sociales.					
<b>Factores motivacionales (satisfactores)</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
18. Alcanzando las metas planteadas en mi área, mis compañeros, jefe, subordinados me reconocen.					
19. El Hotel Decameron El Pueblo cuenta con políticas estables y previsibles para el crecimiento profesional.					
20. La responsabilidad del cargo está acorde al contrato realizado por el hotel.					

Fuente: Elaboración propia 2020

**ANEXO 4**

**Tabla 54: Tabla de T de Pearson TABLA DE T DE PEARSON**

d.f.	Level of significance for one-tailed test			
	0.05	0.025	0.01	0.005
	Level of significance for two-tailed test			
	0.10	0.05	0.02	0.01
1	6.314	12.706	31.821	63.657
2	2.920	4.303	6.965	9.925
3	2.353	3.182	4.541	5.841
4	2.132	2.776	3.747	4.604
5	2.015	2.571	3.365	4.032
6	1.943	2.447	3.143	3.707
7	1.895	2.365	2.998	3.499
8	1.860	2.306	2.896	3.355
9	1.833	2.262	2.821	3.250
10	1.812	2.228	2.764	3.169
11	1.796	2.201	2.718	3.106
12	1.782	2.179	2.681	3.055
13	1.771	2.160	2.650	3.012
14	1.761	2.145	2.624	2.977
15	1.753	2.131	2.602	2.947
16	1.746	2.120	2.583	2.921
17	1.740	2.110	2.567	2.898
18	1.734	2.101	2.552	2.878
19	1.729	2.093	2.539	2.861
20	1.725	2.086	2.528	2.845
21	1.721	2.080	2.518	2.831
22	1.717	2.074	2.508	2.819
23	1.714	2.069	2.500	2.807
24	1.711	2.064	2.492	2.797
25	1.708	2.060	2.485	2.787
26	1.706	2.056	2.479	2.779
27	1.703	2.052	2.473	2.771
28	1.701	2.048	2.467	2.763
29	1.699	2.045	2.462	2.756
30	1.697	2.042	2.457	2.750
40	1.684	2.021	2.423	2.704
60	1.671	2.000	2.390	2.660
120	1.658	1.980	2.358	2.617
∞	1.645	1.960	2.326	2.576

Fuente: Pearson