



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

**ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN EL
ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE D' OSMA BED &
BREAKFAST, BASADO EN EL MODELO DE MEDICIÓN
SERVQUAL, BARRANCO, 2017**

**PRESENTADA POR
MARÍA SOLEDAD CAPCHA LLANOS**

**ASESORA
ZULEMA YNÉS HASSINGER GONZALES**

**TESIS
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
TURISMO Y HOTELERÍA**

LIMA – PERÚ

2017



Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND

La autora sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

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



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

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

**“ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN EL
ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE D’ OSMA BED &
BREAKFAST, BASADO EN EL MODELO DE MEDICIÓN
SERVQUAL, BARRANCO, 2017”**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADA EN
TURISMO Y HOTELERÍA**

PRESENTADA POR:

BACHILLER: MARÍA SOLEDAD CAPCHA LLANOS

ASESORA:

ZULEMA YNÉS HASSINGER GONZALES

LIMA – PERÚ

2017

DEDICATORIA

A Dios, por su eterna compañía y bendición.

A mis padres, Soledad y Jorge por su paciencia, apoyo y amor.

Y a mi hermano, Martín.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad de San Martín de Porres y a la Facultad de Ciencias de la Comunicación Turismo y Psicología por haber contribuido en mi formación académica.

Al establecimiento D' Osma Bed & Breakfast, que proporcionó información necesaria para la realización de mi tesis.

**“ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN EL
ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE D’ OSMA BED &
BREAKFAST, BASADO EN EL MODELO DE MEDICIÓN
SERVQUAL, BARRANCO, 2017”**

ÍNDICE

Páginas

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE	v
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiv
RESUMEN	xv
ABSTRACT	xvi
INTRODUCCIÓN	xvii
Descripción de la realidad problemática.....	xviii
Delimitaciones de la investigación.....	xx
Formulación del problema	xxi
Pregunta general.....	xxi
Preguntas específicas	xxi
Objetivos de investigación.....	xxii
Justificación de la investigación	xxiii
Viabilidad del estudio	xxiii
Limitaciones del estudio	xxiv
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	20
1.1 Antecedentes de la investigación	20
1.2 Bases teóricas.....	25
1.2.1 Teorías sobre la calidad	25
1.2.2 Teorías sobre el servicio	30
1.2.3 Teorías sobre la calidad del servicio	34
1.2.4 Modelos conceptuales de la calidad en el servicio	34
1.2.5 Modelos de medición de la calidad en el servicio.....	38

1.2.6 Modelo HOTELQUAL	39
1.2.7 Modelo SERVQUAL	40
1.2.8 Panorama de la calidad de servicio en el sector turístico – hostelero en países con mayor afluencia de turistas en el mundo.....	41
1.2.9 Panorama de la calidad de servicio en el sector turístico – hostelero en países con mayor afluencia de turistas en Latinoamérica	44
1.2.10 Panorama de la calidad de servicio en el sector turístico – hostelero en Perú	47
1.2.11 Establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast.....	49
1.3 Definición de términos básicos.....	50
1.4 Matriz de consistencia	54
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	57
2.1 Formulación de hipótesis.....	57
2.2 Variables e indicadores:	60
2.3 Matriz de Operacionalización de variables (Ver Anexo 1)	61
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	62
3.1 Diseño Metodológico	62
3.1.1 Enfoque.....	62
3.1.2 Tipo	62
3.1.3 Nivel	63
3.2 Diseño muestral	63
3.2.1 Población.....	63
3.2.2 Muestra	64
3.3 Técnicas de recolección de datos	65
3.3.1 Técnicas de recolección	65
3.3.2 Instrumentos.....	66
3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información.....	66
3.5 Aspectos éticos	66
CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	67

4.1 Análisis de los resultados	67
4.1.1 Análisis descriptivo	67
4.1.2 Análisis de fiabilidad	116
4.1.3 Análisis de contrastación o prueba de hipótesis.....	118
4.1.4 Análisis de los instrumentos cualitativos	136
a. Observación	136
b. Entrevista	142
4.2 Discusión de la investigación	152
CAPÍTULO V: PROPUESTA	159
5.1 Presentación	159
5.2 Introducción.....	160
5.3 Objetivo	161
5.4 Matriz de perfil competitivo	161
5.5 Descripción de la empresa	165
5.6 Colaboradores.....	166
5.7 Perfil del cliente	166
5.8 Proveedores	167
5.9 Buenas prácticas.....	167
CONCLUSIONES	170
RECOMENDACIONES	175
FUENTES DE INFORMACIÓN	178
ANEXOS	184
Anexo 01: Matriz de Operacionalización de variables.....	184
Anexo 02: Cuestionarios	185
Anexo 03: Guía de observación	194
Anexo 04: Guía de entrevista	196
Anexo 05: Tabla de distribución normal estándar	198
Anexo 06: Plan Estratégico D' Osma Bed & Breakfast	199
Anexo 07: Fotografías	204
Anexo 08: Validación por juicio de expertos.....	206

Anexo 09: Plan de emergencias.....	216
Anexo 10: Mapa de evacuación	221
Anexo 11: Modelos – Propuesta	222

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Características de los servicios	33
Tabla 2. Edad.....	67
Tabla 3. Nacionalidad.....	69
Tabla 4. Género	70
Tabla 5. Pregunta 01 Cuestionario Expectativas.....	71
Tabla 6. Pregunta 02 Cuestionario Expectativas.....	73
Tabla 7. Pregunta 03 Cuestionario Expectativas.....	74
Tabla 8. Pregunta 04 Cuestionario Expectativas.....	75
Tabla 9. Pregunta 05 Cuestionario Expectativas.....	76
Tabla 10. Pregunta 06 Cuestionario Expectativas.....	77
Tabla 11. Pregunta 07 Cuestionario Expectativas.....	78
Tabla 12. Pregunta 08 Expectativas.....	79
Tabla 13. Pregunta 09 Cuestionario Expectativas.....	80
Tabla 14. Pregunta 10 Cuestionario Expectativas.....	81
Tabla 15. Pregunta 11 Cuestionario Expectativas.....	82
Tabla 16. Pregunta 12 Cuestionario Expectativas.....	83
Tabla 17. Pregunta 13 Cuestionario Expectativas.....	84
Tabla 18. Pregunta 14 Cuestionario Expectativas.....	85
Tabla 19. Pregunta 15 Cuestionario Expectativas.....	86
Tabla 20. Pregunta 16 Cuestionario Expectativas.....	87
Tabla 21. Pregunta 17 Cuestionario Expectativas.....	88
Tabla 22. Pregunta 18 Cuestionario Expectativas.....	89
Tabla 23. Pregunta 19 Cuestionario Expectativas.....	90
Tabla 24. Pregunta 20 Cuestionario Expectativas.....	91
Tabla 25. Pregunta 21 Cuestionario Expectativas.....	92
Tabla 26. Pregunta 22 Cuestionario Expectativas.....	93

Tabla 27. Pregunta 01 Cuestionario Percepciones	94
Tabla 28. Pregunta 02 Cuestionario Percepciones	95
Tabla 29. Pregunta 03 Cuestionario Percepciones	96
Tabla 30. Pregunta 04 Cuestionario Percepciones	97
Tabla 31. Pregunta 05 Cuestionario Percepciones	98
Tabla 32. Pregunta 06 Cuestionario Percepciones	99
Tabla 33. Pregunta 07 Cuestionario Percepciones	100
Tabla 34. Pregunta 08 Cuestionario Percepciones	101
Tabla 35. Pregunta 09 Cuestionario Percepciones	102
Tabla 36. Pregunta 10 Cuestionario Percepciones	103
Tabla 37. Pregunta 11 Cuestionario Percepciones	104
Tabla 38. Pregunta 12 Cuestionario Percepciones	105
Tabla 39. Pregunta 13 Cuestionario Percepciones	106
Tabla 40. Pregunta 14 Cuestionario Percepciones	107
Tabla 41. Pregunta 15 Cuestionario Percepciones	108
Tabla 42. Pregunta 16 Cuestionario Percepciones	109
Tabla 43. Pregunta 17 Cuestionario Percepciones	111
Tabla 44. Pregunta 18 Cuestionario Percepciones	111
Tabla 45. Pregunta 19 Cuestionario Percepciones	112
Tabla 46. Pregunta 20 Cuestionario Percepciones	113
Tabla 47. Pregunta 21 Cuestionario Percepciones	114
Tabla 48. Pregunta 22 Cuestionario Percepciones	115
Tabla 49. Análisis de confiabilidad – Cuestionario Expectativas	117
Tabla 50. Análisis de confiabilidad – Cuestionario Percepciones.....	118
Tabla 51. Prueba T Variable – Cuestionario Expectativas	120
Tabla 52. Prueba T Dimensión 1 – Cuestionario Expectativas.....	121
Tabla 53. Prueba T Dimensión 2 – Cuestionario Expectativas.....	122
Tabla 54. Prueba T Dimensión 3 – Cuestionario Expectativas.....	123
Tabla 55. Prueba T Dimensión 4 – Cuestionario Expectativas.....	124
Tabla 56. Prueba T Dimensión 5 – Cuestionario Expectativas.....	125
Tabla 57. Prueba T Variable – Cuestionario Percepciones.....	126
Tabla 58. Prueba T Dimensión 1 – Cuestionario Percepciones	127

Tabla 59. Prueba T Dimensión 2 – Cuestionario Percepciones	128
Tabla 60. Prueba T Dimensión 3 – Cuestionario Percepciones	129
Tabla 61. Prueba T Dimensión 4 – Cuestionario Percepciones	130
Tabla 62. Prueba T Dimensión 5 – Cuestionario Percepciones	131
Tabla 63. Rho de Spearman - Variable	132
Tabla 64. Rho de Spearman – Dimensión 1	133
Tabla 65. Rho de Spearman – Dimensión 2	133
Tabla 66. Rho de Spearman – Dimensión 3	134
Tabla 67. Rho de Spearman – Dimensión 4	135
Tabla 68. Rho de Spearman – Dimensión 5	135
Tabla 69. Observación	137
Tabla 70. Guía de entrevista – Experto 1	142
Tabla 71. Guía de entrevista – Experto 2	144
Tabla 72. Guía de entrevista – Experto 3	146
Tabla 73. Matriz de triangulación de resultados	148
Tabla 74. Validación por juicio de expertos	152
Tabla 75. Ponderación de los factores de éxito (experto 1)	162
Tabla 76. Ponderación de los factores de éxito (experto 2)	162
Tabla 77. Ponderación de los factores de éxito	163
Tabla 78. Matriz de perfil competitivo	164

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Edad	68
Gráfico 2. Nacionalidad	69
Gráfico 3. Género.....	71
Gráfico 4. Pregunta 01 Cuestionario Expectativas	72
Gráfico 5. Pregunta 02 Cuestionario Expectativas	73
Gráfico 6. Pregunta 03 Cuestionario Expectativas	74
Gráfico 7. Pregunta 04 Cuestionario Expectativas	75
Gráfico 8. Pregunta 05 Cuestionario Expectativas	76
Gráfico 9. Pregunta 06 Cuestionario Expectativas	77
Gráfico 10. Pregunta 07 Cuestionario Expectativas	78
Gráfico 11. Pregunta 08 Expectativas	79
Gráfico 12. Pregunta 09 Cuestionario Expectativas	80
Gráfico 13. Pregunta 10 Cuestionario Expectativas	81
Gráfico 14. Pregunta 11 Cuestionario Expectativas	82
Gráfico 15. Pregunta 12 Cuestionario Expectativas	83
Gráfico 16. Pregunta 13 Cuestionario Expectativas	84
Gráfico 17. Pregunta 14 Cuestionario Expectativas	85
Gráfico 18. Pregunta 15 Cuestionario Expectativas	86
Gráfico 19. Pregunta 16 Cuestionario Expectativas	87
Gráfico 20. Pregunta 17 Cuestionario Expectativas	88
Gráfico 21. Pregunta 18 Cuestionario Expectativas	89
Gráfico 22. Pregunta 19 Cuestionario Expectativas	90
Gráfico 23. Pregunta 20 Cuestionario Expectativas	91
Gráfico 24. Pregunta 21 Cuestionario Expectativas	92
Gráfico 25. Pregunta 22 Cuestionario Expectativas	93
Gráfico 26. Pregunta 01 Cuestionario Percepciones.....	95

Gráfico 27. Pregunta 02 Cuestionario Percepciones.....	96
Gráfico 28. Pregunta 03 Cuestionario Percepciones.....	97
Gráfico 29. Pregunta 04 Cuestionario Percepciones.....	98
Gráfico 30. Pregunta 05 Cuestionario Percepciones.....	99
Gráfico 31. Pregunta 06 Cuestionario Percepciones.....	100
Gráfico 32. Pregunta 07 Cuestionario Percepciones.....	101
Gráfico 33. Pregunta 08 Cuestionario Percepciones.....	102
Gráfico 34. Pregunta 09 Cuestionario Percepciones.....	103
Gráfico 35. Pregunta 10 Cuestionario Percepciones.....	104
Gráfico 36. Pregunta 11 Cuestionario Percepciones.....	105
Gráfico 37. Pregunta 12 Cuestionario Percepciones.....	106
Gráfico 38. Pregunta 13 Cuestionario Percepciones.....	107
Gráfico 39. Pregunta 14 Cuestionario Percepciones.....	108
Gráfico 40. Pregunta 15 Cuestionario Percepciones.....	109
Gráfico 41. Pregunta 16 Cuestionario Percepciones.....	110
Gráfico 42. Pregunta 17 Cuestionario Percepciones.....	111
Gráfico 43. Pregunta 18 Cuestionario Percepciones.....	112
Gráfico 44. Pregunta 19 Cuestionario Percepciones.....	113
Gráfico 45. Pregunta 20 Cuestionario Percepciones.....	114
Gráfico 46. Pregunta 21 Cuestionario Percepciones.....	115
Gráfico 47. Pregunta 22 Cuestionario Percepciones.....	116

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Descripción de la empresa.....	165
Figura 2. Estructura organizativa - Emergencias.....	216

RESUMEN

La calidad del servicio en hostelería, como en otros sectores es indispensable para lograr ser competitivos en la actualidad. No basta con ofrecer un producto físico o materializar los servicios, ya no basta con satisfacer las expectativas, se busca superarlas.

D' Osma es un establecimiento de hospedaje de tipo Bed & Breakfast, un negocio pequeño y familiar, cuya mayor fortaleza es la personalización del servicio. Tiene un adecuado posicionamiento en el mercado y realiza actividades de mejora continua, sin embargo, no se ha medido el nivel de calidad del servicio.

Por ello, esta investigación tiene como objetivo el análisis de la calidad del servicio en D' Osma Bed & Breakfast. Las dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, hacen de la escala SERVQUAL un instrumento útil en la medición de calidad del servicio en cualquier rubro, a través de la brecha entre las expectativas y percepciones de los usuarios.

La presente tesis es mixta, de diseño no experimental, de tipo descriptivo – simple, en la cual se ha analizado la variable calidad del servicio.

La investigación concluye con que D' Osma Bed & Breakfast tiene un óptimo nivel de calidad del servicio, sin embargo, existen ciertos puntos por mejorar, por lo cual se propone la aplicación de un Manual de Buenas Prácticas, tomando en cuenta las expectativas de los huéspedes, obtenidas del análisis de los resultados.

Palabras clave: calidad del servicio, expectativas, percepciones, SERVQUAL, buenas prácticas.

ABSTRACT

The quality of the service in hospitality, as in other sectors is essential to be competitive today. It is not enough to offer a physical product or materialize the services, it is not enough to satisfy the expectations, it is sought to overcome them.

D 'Osma is a Bed & Breakfast, a small family business, which strength is the personalization of the service. It has an adequate position in the market and carries out improvement activities, however, the level of service quality has not been measured.

For this reason, this research has as objective the analysis of the quality of the service in D 'Osma Bed & Breakfast. The dimensions: tangible elements, reliability, responsiveness, security and empathy, make the SERVQUAL scale a useful tool in the measurement of quality of service in any industry, through the gap between expectations and perceptions of customers.

The present thesis is mixed, of non - experimental design, descriptive - simple type, the analyzed variable is quality of the service.

The research concludes that D 'Osma Bed & Breakfast has an optimum level of quality of service, however, there are certain points to improve, which is why it is proposed the application of a Manual of good practices, taking into account the expectations of the guests, obtained from the descriptive analysis.

Key words: quality of service, expectations, perceptions, SERVQUAL, good practices.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como principal propósito de estudio el análisis de la calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, ubicado en el distrito de Barranco, basado en el modelo de medición SERVQUAL, en el año 2017.

La investigación se encuentra estructurada en seis partes, las cuales son: Introducción, Marco Teórico, Hipótesis y Variables, Metodología, Análisis de resultados y Discusión, Propuesta, Conclusiones y finalmente Recomendaciones.

En la introducción se describe la realidad problemática con la formulación del problema, asimismo se establecen: el objetivo general, los objetivos específicos, la justificación de la investigación y se plantean las limitaciones del estudio.

El primer capítulo lo constituye el marco teórico, el cual comprende los diversos antecedentes de la investigación y las bases teóricas que tienen referencias bibliográficas y virtuales, finalizando con la definición de términos básicos que apoyan el entendimiento de la investigación.

El segundo capítulo hace referencia a las hipótesis, variables e indicadores de la investigación para culminar con la operacionalización de las variables.

En el capítulo tercero se realiza la metodología de la investigación cuyo contenido lo conforman: el diseño metodológico, la población y muestra, las

técnicas usadas para la recolección de datos y para el procesamiento de la información, y a su vez describe los aspectos éticos de la tesis.

El cuarto capítulo contiene los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos y la discusión de la investigación.

El último capítulo muestra la propuesta que permite concretar la investigación realizada.

Para finalizar, se presentan las conclusiones, recomendaciones, las fuentes de información y los anexos que se han considerado en la investigación.

Descripción de la realidad problemática

El término **calidad** ha encontrado protagonismo en la evolución de diversas industrias con el paso de los años. Si bien es subjetiva, ya que depende de **expectativas** y **percepciones** específicas de cada individuo, puede ser medida. Es innegable que la calidad en productos físicos es mucho más susceptible a medirse que la calidad en el servicio, pero no por ello es imposible.

El sector hostelero no es ajeno al alcance de la importancia de la calidad, ya que, en la actualidad, los turistas o viajeros no compran sólo una habitación, reservas o productos, compran experiencias. De la calidad de su experiencia, depende su percepción sobre el país receptor y sobre la empresa a la cual confiaron su estadía. Por ello, es importante que los establecimientos de hospedaje manejen un sistema de calidad en búsqueda de la satisfacción de las necesidades de los visitantes y así aumentar su rentabilidad y reputación positiva en el mercado.

Para que el servicio brindado por los establecimientos de hospedaje sea de calidad, es necesario llevar un sistema de control basado en el análisis de los procesos, no sólo del resultado, y así lograr la calidad total. Para ello, tanto

administrativos como colaboradores operativos, deben sentirse identificados con los objetivos de calidad de la organización.

Para lograr una calidad del servicio excelente, por parte de cualquier organización, es necesario contar con **elementos tangibles** que facilitarán la prestación del servicio. Es importante, también, la **fiabilidad** en el desarrollo del servicio, que es la capacidad de la organización para demostrar al cliente, su habilidad y conocimiento. Poseer **capacidad de respuesta** o actitud de ayuda hacia los clientes, brindando un servicio accesible y eficiente. Inspirar **seguridad**, que será el sentimiento de confianza del usuario hacia la empresa, de que sus requerimientos serán resueltos de la mejor manera posible. Y promover y demostrar **empatía** hacia el usuario, definida como la actitud y disposición hacia el cliente, mediante una atención personalizada.

En nuestro país, se han diseñado herramientas para la mejora de la calidad en los servicios turísticos y en el sector hostelero. Uno de los cuatro planos en los cuales interviene el Plan Nacional de Calidad Turística (CALTUR) para el periodo 2011 – 2018, instrumento creado para la constante búsqueda de ofrecer un producto turístico de calidad, es la calidad de las empresas turísticas y afines. A través de acciones estratégicas, se busca crear una cultura de planificación del servicio, basada en estándares y protocolos. Además, busca lograr la difusión de buenas prácticas de gestión ambiental y responsabilidad social.

Si bien las grandes cadenas hoteleras, tienen estándares establecidos como una cultura organizacional, los pequeños hospedajes, también pueden y deberían crear sus procedimientos según sus necesidades y en búsqueda de la satisfacción de los huéspedes.

D' Osma Bed & Breakfast es un establecimiento de hospedaje familiar, cuyo público casi en su totalidad es extranjero, ha tenido reconocimientos de

plataformas de opinión de viajeros, como Tripadvisor.com, Booking.com, además del Premio Nacional a la Mype 2015, por su emprendimiento y por promover la responsabilidad social y ambiental.

A pesar de contar con los premios y reconocimiento de entidades privadas y el sector público, en D' Osma aún no se ha medido el grado de satisfacción del cliente de una manera activa o directa, se cuenta por el momento con opiniones que dejan los huéspedes en plataformas web. Opiniones en su mayoría favorables y de satisfacción por parte de los usuarios, sin embargo, también se tiene opiniones que podrían ser usadas como críticas constructivas.

Debido a ello, mediante el análisis de la presente investigación, se busca que el establecimiento de hospedaje De Osma Bed & Breakfast, pueda conocer lo que el público desearía percibir durante su estadía y de esa manera, desarrollar las mejoras necesarias para que los usuarios vivan una experiencia agradable, se logre un nivel de calidad del servicio excelente, óptimo y que supere sus expectativas.

Delimitaciones de la investigación

A continuación, se delimitará el estudio con fines metodológicos:

Delimitación espacial

El presente estudio se llevó a cabo en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, ubicado en el distrito de Barranco en la ciudad de Lima - Perú.

Delimitación temporal

El periodo en el cual se llevó a cabo la investigación, comprende el periodo marzo – julio de 2017.

Delimitación social

Las técnicas utilizadas como parte de la investigación con el fin de recoger información, fueron la encuesta, observación y entrevista a 03 colaboradores del establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast.

Delimitación conceptual

La investigación se limitó conceptualmente a la variable calidad del servicio, tomando en cuenta las cinco dimensiones establecidas por los autores Parasuraman, Zeithaml & Berry en su propuesta del modelo de medición de la calidad del servicio, SERVQUAL (SERVICE QUALITY) (1993), descrita en el marco teórico. Dichas dimensiones son: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Formulación del problema

Pregunta general

¿Cuál es el nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL?

Preguntas específicas

¿De qué manera los elementos tangibles influyen en el nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL?

¿Cómo influye la fiabilidad en el nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL?

¿Cuál es la influencia de la capacidad de respuesta en el nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL?

¿Cómo influye la seguridad en el nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL?

¿De qué manera influye la empatía en el nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL?

Objetivos de investigación

Objetivo general

Determinar el nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL.

Objetivos específicos

Analizar de qué manera los elementos tangibles influyen en el nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL.

Determinar cómo influye la fiabilidad en el nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL.

Explicar la influencia de la capacidad de respuesta en el nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL.

Analizar la influencia de la seguridad en el nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL.

Explicar cómo influye la empatía en el nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL.

Justificación de la investigación

La importancia del presente estudio radica en que es un aporte al establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, al conocer las expectativas y percepciones de los huéspedes y así poder corregir deficiencias y resaltar sus fortalezas. Además del beneficio hacia los propios usuarios de distintos países y el nuestro, al tomarse en cuenta su opinión para la mejora de su experiencia de visita en nuestro país.

Además, la presente investigación servirá de antecedente para investigaciones futuras en el rubro de servicios y sobre todo de servicios de hospedaje. Ya que, al realizar encuestas y entrevistas se obtuvo información actualizada del tema en discusión, la calidad del servicio, que en la actualidad es parte de la planificación estratégica para lograr la fidelización de los clientes a través de su satisfacción.

Viabilidad del estudio

La presente investigación es viable ya que se contó con la información necesaria para su realización, a través de la consulta en bibliotecas físicas y virtuales como EBSCO HOST, E-BRARY, Scielo, REDALYC, Dialnet, Google Académico, además de repositorios universitarios que en conjunto hicieron viable el trabajo.

Adicionalmente, se contó con los recursos económicos necesarios para los gastos que requiere la investigación, así como el recurso humano a disposición.

Limitaciones del estudio

En cuanto al desarrollo del trabajo, se presentaron dificultades en la recolección de datos mediante la técnica cuantitativa, la encuesta. Debido a que esta consta de dos cuestionarios, uno que mide expectativas y otro que mide percepciones, lo cual implica un tiempo de espera para la aplicación del segundo en mención. Por ello, se deberá tomar en cuenta en posteriores investigaciones que utilicen el modelo SERVQUAL como instrumento cuantitativo, su adaptación al sector en el cual se desarrolle el estudio y al tiempo que toma la recolección de datos, el cual, para el sector hostelero en el caso de la presente investigación, tomó dos meses.

CAPÍTULO I:

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la investigación

En la actualidad, desarrollar calidad del servicio, no sólo en la industria hostelera, sino en diversas áreas, es tema de interés para lograr ser competitivos, ya que competir por precios no es ideal ni se puede llevar a cabo en todas las actividades económicas, por ello debería ser objetivo de toda empresa, enfocarse en la diferenciación de su oferta.

A continuación, algunos autores que desarrollaron investigaciones sobre el tema:

Antecedentes internacionales

De Pedro, P. (2013) de la Universidad Nacional del Sur – Argentina, en su tesis de maestría “La Calidad de servicio bancario: una escala de medición” establece por objetivo general, determinar si las dimensiones de la calidad de servicio utilizadas en la herramienta SERVQUAL son significativas y aplicables a las necesidades y expectativas de los clientes de bancos de la ciudad de Bahía Blanca. Su diseño metodológico es exploratorio – experimental. Y las técnicas de recolección de datos utilizadas fueron el focus group y la entrevista.

Concluye mencionando que los clientes examinados indican como relevantes para medir calidad en el servicio, las siguientes dimensiones: confiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad; tres de las cinco dimensiones del modelo original. Su relevancia para la presente investigación, radica en su adaptación del modelo SERVQUAL según las necesidades del estudio, de acuerdo al comportamiento del cliente de entidades bancarias.

Hallak, J. & Parisini, C. (2015) de la Universidad Nueva Esparta - Venezuela, en su tesis de licenciatura “Manual de calidad de servicio para la cadena Casa Tropical Boutiques Hotels & Lodges Venezuela”, tiene por objetivo general diseñar un manual de calidad de servicio para dicha cadena hotelera, a través del establecimiento del perfil del operador turístico de Casa Tropical Boutiques Hotels & Lodges, identificando la opinión que tienen los clientes externos e internos sobre la calidad de servicio ofrecida, y estableciendo posibles estrategias que les permitan mejorar. Para finalmente elaborar un manual de gestión de calidad para la mejora constante según los lineamientos de la empresa. El diseño metodológico es de tipo descriptivo – transversal.

Su estudio, basado en los modelos de medición SERVQUAL y HOTELQUAL, cuyas técnicas de recolección de datos fueron encuestas, entrevistas y observación, concluye determinando que la gestión de servicios de calidad es fundamental para organizaciones o empresas prestadoras de servicios, ya que generan mayor precisión en la toma de decisiones y en el establecimiento de estrategias. Es relevante para la presente investigación, ya que su propuesta detalla los lineamientos organizacionales, políticas, procesos y procedimientos

estandarizados de cada área del hotel, para garantizar una calidad de servicio óptima, superando expectativas.

Antecedentes nacionales

Florez, F. (2014) de la Universidad Católica Santa María – Arequipa, en su tesis de licenciatura “Análisis de la calidad del servicio a bordo ofrecido en los trenes turísticos de la empresa PERURAIL, Ruta Ollantaytambo - Aguas Calientes 2012-2013”, busca analizar la calidad del servicio en la atención personalizada que se ofrece a bordo de los trenes turísticos, VISTADOME Y EXPEDITION, de la empresa en mención. A través de la evaluación mediante el instrumento SERVQUAL, identificando los niveles de calidad de servicio a bordo, para así determinar el valor promedio de la misma. Su diseño metodológico es no experimental – descriptivo y los instrumentos utilizados fueron el cuestionario y la guía de observación.

Concluye con que la calidad de servicio se encuentra presente dentro de la valoración del servicio recibido. Y asegura que la confiabilidad es la dimensión con cifras más positivas seguida por tangibilidad o elementos tangibles.

Para poder superar los resultados **de acuerdo a totalmente de acuerdo** la autora sugiere programar parámetros de eficiencia, diseñar medidas de monitoreo y capacitación constante. Además de recopilación de datos en un periodo anual, propone desarrollar un sistema de gestión de calidad tomando en cuenta tres fases: calidad programada, calidad que desea el cliente y calidad realizada. He ahí su relevancia para la presente investigación.

Sánchez, G. (2014) de la Universidad de San Martín de Porres – Lima, en su tesis de licenciatura “Características de la comunicación institucional en la calidad del servicio – Hospital Nacional Hipólito Unanue” cuyo objetivo general fue identificar las características de la comunicación institucional en la calidad del servicio, basándose en aspectos humanos, información del tratamiento y equidad en el trato personal, afirma que el sector de salud también requiere de controles de calidad y programas de mejoramiento permanentes.

Asegurando que la calidad es el grado en que el servicio prestado se asemeja al modelo óptimo de asistencia que se debería brindar al paciente. Su diseño metodológico es no experimental, de nivel exploratorio descriptivo. Y el instrumento utilizado para la recolección de datos fue el cuestionario.

Para medir los efectos de la calidad del servicio traducida en satisfacción, se basa en las dimensiones: confiabilidad, empatía y credibilidad. Concluye mencionando que un mejor acondicionamiento, ubicación de consultorios, mantenimiento, limpieza y capacitaciones al personal, trabajando concertadamente, mejorarían las expectativas insatisfechas. Es relevante para la presente investigación, ya que menciona la importancia de un buen clima laboral para que el personal pueda cumplir sus funciones satisfactoriamente, demostrándolo en el trato amable al usuario y una ágil atención. Menciona la importancia de establecer un área de relaciones públicas dentro del hospital.

Solano, M. (2015) de la Universidad de San Martín de Porres – Surquillo, en su tesis de maestría “Calidad de servicio en la agencia de viajes Destinos y Turismo y su relación con la percepción del usuario entre los meses de marzo a julio del 2013” tiene como objetivo general: analizar la relación entre la calidad de servicio y la percepción del usuario. A través de la identificación y medición de las dimensiones del modelo SERVPERF: aspectos tangibles, seguridad, confiabilidad, nivel de respuesta rápida y empatía. El diseño metodológico es no experimental, transversal y correlacional. La técnica de recolección de datos utilizada, fue la encuesta.

La investigadora menciona que, en el sector turístico, la calidad del servicio se manifiesta tomando en cuenta tres niveles: la normativa no turística, en la cual se encuentran la seguridad, infraestructura, higiene y educación, por otro lado, la normativa turística, que incluye los reglamentos internos, políticas turísticas sectoriales y organizacionales, y la autorregulación como tercer nivel, en el que se encuentra la manera en la que cada institución maneja los controles de calidad.

La investigación concluye asegurando que la relación entre la calidad de servicio que brindan las agencias de viaje enfocadas en turismo receptivo con la percepción del cliente y del servicio, es significativa. Y que los aspectos tangibles y la respuesta rápida fueron las dimensiones más importantes para su muestra.

Su relevancia radica en que para su investigación, aspectos tangibles y respuesta rápida fueron las dos dimensiones de mayor importancia, lo cual se tendrá en cuenta en el análisis y contraste de la presente investigación, para

conocer si también en el sector hotelero esas dos dimensiones son las más relevantes en la medición de la calidad del servicio.

1.2 Bases teóricas

1.2.1 Teorías sobre la calidad

1.2.1.1 Evolución conceptual de la Calidad

El concepto de calidad ha evolucionado a lo largo de la historia. Entre los autores más resaltantes, estudiosos del tema, se encuentran:

Ishikawa, K. (1960) define el control de calidad como el desarrollo y producción de un producto que sea económico, útil y que satisfaga al consumidor. (Alcalde, 2007, p. 6)

Su principal aporte, además de incluir la dignidad humana del trabajador en el proceso del logro de calidad, son las siete herramientas que propone: la gráfica de Pareto, diagrama causa-efecto, estratificación, hoja de verificación, histograma, diagrama de dispersión y gráfica de control.

Feigenbaum, A. (1961), citado por Cubillos & Rozo (2009, p.95) por su parte, define la calidad como el resultado global de las características físicas del producto y las actividades de ingeniería, fabricación, mercadotecnia y mantenimiento, mediante los cuales se logra satisfacer las expectativas del cliente. Conceptualiza el Sistema de Gestión de Calidad Total como aquel que, mediante una estructura de trabajo en conjunto de técnicos y administrativos, se logra un control permanente que alcanza eficazmente a toda la organización.

Crosby, P. (1965) desarrolló el modelo de administración preventiva, orientado a la dirección. Además, es el creador del concepto **cero defectos**, asegurando que la calidad no cuesta, y que calidad es cumplir con los requerimientos o necesidades del cliente, por lo cual, lograr cubrir dichas necesidades y requerimientos, significa lograr cero defectos. Y menciona que existen tres mitos sobre la calidad: **la calidad es intangible, la calidad cuesta y los defectos y errores son inevitables.** (Cubillos & Rozo, 2009, p.93)

La calidad sí es tangible, ya que todas las características que podemos darle al producto o servicio, para asegurar la satisfacción del usuario, tangibilizan la calidad. No podemos ver la calidad, porque no es un producto, pero sí podemos ver en un servicio de hospedaje de calidad, su infraestructura, el personal pulcramente presentable, los artículos modernos, todo ello hace tangible la calidad.

No se puede tocar la calidad como tal, pero, al comprar una blusa, podemos sentir la textura, se puede percibir si el material es fresco o si sofoca, ello hace que se pueda percibir la calidad, la hace tangible. No es posible oler la calidad, pero al comprar una fruta, sabremos por el olor, si lo que nos ofrecen es de calidad o no.

De la misma manera, tampoco se puede oír la calidad, pero al contratar el servicio de una orquesta, sabremos si sus equipos son de calidad, al escucharlos. La calidad sí es tangible. Si no se logra que lo sea, no se estaría brindando un servicio de calidad.

La calidad no cuesta. Ya que, si lo que ofrecemos es de calidad, no nos generará costos, nos generará ganancias.

No sólo monetarias, si no, la fidelidad de nuestros usuarios. La calidad es un logro, el logro de invertir no sólo en bienes tangibles, que por supuesto, otorgarán tangibilidad a la calidad, si no también invertir en el recurso humano, en capacitaciones, en su estimulación hacia los logros de la organización. Si brindamos servicios o productos de calidad, no será un costo, será una inversión altamente rentable.

Los defectos y errores no son inevitables. El tener una cultura de calidad organizacional, hace que los errores y defectos, sean evitables, no es fácil, pero tener cero defectos no es imposible, significa tener presente el logro de la calidad del producto o servicio, desde la adquisición de los recursos, hasta la entrega al usuario. Para ello es importante elaborar manuales de procesos y procedimientos, para detallar lineamientos a seguir en cada etapa de producción.

De otro lado, Joseph Juran (1979) destacó por incluir la dimensión humana a la calidad. Ahí residiría el inicio estadístico de la calidad total. Juran define la calidad como ***aptitud para el uso***, para lograr satisfacer al cliente. La trilogía de procesos que relacionó para el logro de calidad total fue la siguiente: ***planeación de la calidad, control de calidad y mejora de la calidad.***

Planeación de la calidad, que es la elaboración de la base estratégica para lograr alcanzar las metas en relación a la calidad. ***Control de calidad***, en el cual se compara las metas trazadas en el proceso de planificación, con el desarrollo de las operaciones, para que se conduzcan hacia una misma dirección. Y ***Mejora de la calidad***, en el cual se dirige las operaciones hacia una superación

constante de las metas de la calidad, incluso superiores a las que se plantearon en el primer proceso de la trilogía. (Citado en Cubillos y Rozo (2009, p.91)

Esta propuesta de Juran se asemeja al llamado ciclo de Deming (PHVA). Donde **planear** es la primera etapa, la segunda incluye a **hacer y verificar**, finalmente la mejora de la calidad incluye a la etapa **actuar** del ciclo.

Para Ouchi, W. (1981) hacer partícipes a los trabajadores en el proceso de logro de calidad, conduce a mejorar la productividad. Y para él, calidad es hacer las cosas bien desde la primera vez. Propone la teoría Z, cuyas lecciones básicas son: **confianza de la gente en la organización y viceversa, atención en las relaciones humanas, y lograr relaciones humanas más estrechas**. Esta teoría evidencia las diferencias culturales entre la postura norteamericana y la japonesa. (Cubillos y Rozo, 2009, p.94)

Deming, W. (1989), pionero de la calidad total, define la calidad como “un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado” (Citado en Santomá & Costa, 2007, p. 29).

En su libro, *Calidad, Productividad y Competitividad: La salida de la crisis* (1989), Deming menciona que la calidad sólo puede definirse en función del cliente, usuario o consumidor final. En un inicio la calidad giraba en torno al producto, cuyas características de calidad varían según las preferencias del consumidor.

Se puede decir entonces, que las expectativas como la percepción de la calidad, son subjetivas, ya que dependen de cada usuario en particular, no sólo de

su personalidad, si no de sus experiencias previas, o experiencias de personas cercanas a él, además del momento en que se da la adquisición del producto o servicio, las circunstancias.

Los catorce puntos de Deming, tienen por objetivo, que la empresa u organización permanezca en el negocio o industria, además, protege a inversionistas y trabajadores. Según Deming, W. (1978) los catorce puntos le son de ayuda a pequeñas y grandes organizaciones, en empresas de servicios o manufactureras.

Según las normas ISO, citadas en el Blog de Sayce, sobre la familia de normas ISO 9000 y los sistemas de gestión de calidad (2010) ésta se define como “el grado en el cual un conjunto de características inherentes, cumplen requisitos.”

Según Gonzales, Ávila, López & Raynholds (2014):

“Calidad es el conjunto de propiedades y características de un producto o servicio, que le confieren de la capacidad de satisfacer necesidades, gustos, y preferencias, y de cumplir con expectativas en el consumidor.”

Tomando en cuenta las definiciones señaladas, podemos definir particularmente la calidad, como el conjunto de características de un producto o servicio, que han sido adquiridas desde la planificación hasta la entrega final al usuario, involucrando a todas las áreas de la organización o empresa y que generan un nivel óptimo de satisfacción.

1.2.2 Teorías sobre el servicio

Shostack (1977) menciona que los servicios “son entidades de mercado con un mayor nivel de intangibilidad.” Setó (2004, p.4). Tomando en cuenta la característica de intangibles que tienen los servicios, a diferencia de los productos, tal característica hace más difícil medir la calidad en los servicios.

Berry & Parasuraman (1991) citados por Setó (2004) consideran que “un servicio es una entidad, cuya principal fuente de beneficio es intangible.” De acuerdo a esta definición, se puede afirmar que, a diferencia de los productos, cuyas cualidades físicas, que se pueden ver, observar, oír, tocar u oler, nos generan algún tipo de beneficio, los servicios por su parte, brindan beneficios de manera intangible.

Según Fisher & Navarro (1994) los servicios son “un tipo de bien económico, constituye lo que denomina el sector terciario, todo el que trabaja y no produce bienes se supone que produce servicios.” (Duque, 2005, p.64)

La mayoría de las definiciones coinciden en la característica intangible de los servicios, en ello se diferencian de los productos, sin embargo, no son ajenos a ellos. Los servicios pueden ser brindados de manera principal, o como compañía de un bien primario físico.

Podemos definir los servicios, entonces, como bienes intangibles e intransferibles, que generan un beneficio al usuario o consumidor que los adquiere.

Berry, L. (1995) citado por Vargas & Aldana (2011, p. 80) define el servicio como “una acción, una realización, un esfuerzo, la esencia tangible o

intangible de lo que se compra; es lo que en último término determina su clasificación como producto o servicio”.

Según Kotler, P. Armstrong, G. Saunders, E. & Wong. J. (2002) “un servicio es cualquier actuación o beneficio que una parte puede ofrecer a la otra, esencialmente intangible y sin transmisión de propiedad.” (p.267)

Además, mencionan que la mayoría de empresas de bienes, no sólo ofrecen bienes, si no que ofrecen servicios adheridos a ellos. Por ejemplo, las líneas de transporte terrestre más conocidas del país, además de vender boletos de viaje y realizar el transporte de los pasajeros, brindan servicio de alimentos y bebidas a bordo, además de calefacción o aire acondicionado, entretenimiento y asistencia del(la) terramozo(a).

Stanton, W.; Etzel, M. & Walker, B. (2004) citados por Thompson (2006) definen los servicios como “actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades”.

Para la American Marketing Association, citada por Thompson (2006) los servicios son “productos, tales como un préstamo de banco o la seguridad de un domicilio, que son intangibles o por lo menos substancialmente. Si son totalmente intangibles, se intercambian directamente del productor al usuario, no pueden ser transportados o almacenados, y son casi inmediatamente perecederos”.

1.2.2.1 Características de los servicios

Existe una diferencia clara entre la adquisición de un producto y la adquisición de un servicio.

De acuerdo con Setó (2004) la secuencia que se sigue en la adquisición de un producto es: **fabricación del producto, compra del producto, consumo del producto.**

Por otra parte, en la adquisición de un servicio, la secuencia es la siguiente: adquisición del servicio, seguido de producción y consumo del producto en simultáneo.

Las empresas de servicios, a diferencia de las manufactureras o de venta de productos, venden experiencias, y les generan **valor** a los clientes, sin entregarles un bien físico.

Tabla 1 Características de los servicios

Servicio		
Autor(es)	Características	Descripción
Zeithaml, V. Parasuraman, A. Berry, L. 1993	Intangibilidad	"Son prestaciones y experiencias más que objetos"
	Heterogeneidad	"La prestación varía dependiendo del productor, del usuario y del momento"
	Inseparabilidad	"La producción y el consumo de muchos de los servicios son inseparables"
Kotler, P. Armstrong, G. Saunders, J. Wong, V. 2002	Intangibilidad	"No pueden verse, probarse, sentirse, oírse, ni olerse antes de comprarlos"
	Inseparabilidad	"Simultaneidad de la producción y el consumo del servicio"
	Variabilidad	"La calidad de los servicios depende de quien los ofrezca, y de cuándo, dónde y cómo se desarrollen"
	Perecederos	"Implica que los servicios no se puedan almacenar para su uso posterior"
	Sin transmisión de propiedad	"El consumidor disfruta del servicio por un tiempo limitado"
Setó, D. 2004	Intangibilidad	"Imposibilidad de apreciar los servicios por los sentidos antes de su adquisición"
	Inseparabilidad	"Simultaneidad de la producción y el consumo del servicio"
	Caducidad	"Los servicios no pueden ser almacenados"
	Heterogeneidad o variabilidad	"Resultado del servicio depende de quién lo presta, quién lo recibe, cuándo y dónde"
Olivera, I. 2009	Actividad o proceso	"Actividad constante que nunca termina, debe ser representada por un proceso que sea de conocimiento del personal"
	Intangibilidad	"No es percibido por los sentidos, pero sí se perciben las actitudes y el objeto material que se usa"
	Inseparabilidad	"La prestación del servicio con el producto o el consumo son inseparables"
	Heterogeneidad	"el servicio depende de la persona que lo da y de la que lo recibe, así como de las circunstancias"
	No propiedad	"Cada uno tiene su habilidad para ofrecer un servicio y por ello todos somos diferentes en la forma de ofrecerlo"
	Carácter perecedero y fluctuante de la demanda	"En el mismo momento que lo ofrecemos se está consumiendo, no se puede guardar para otra ocasión"
	Cliente participa en el proceso de producción	"Dependiendo de la interacción entre el cliente y el prestador será la actitud y la calidad del servicio ofrecido y recibido."
	No se almacenan	"El servicio se ofrece en el momento en el que es solicitado"

Fuente: Elaboración propia (2017)

1.2.3 Teorías sobre la calidad del servicio

Lewis & Booms (1983) citados como los primeros en proponer que la calidad del servicio es “el ajuste del servicio entregado a los consumidores con sus expectativas”. (Duque, 2005, p. 68). El término **ajuste** en dicho concepto, hace referencia a la diferencia o brecha significativa o no, entre el servicio entregado y las expectativas de los usuarios.

Según Barroso (2000) citado por Setó (2004, p.17) la calidad de servicio es la comparación entre lo que el cliente espera recibir, versus lo que realmente recibe o percibe que recibe. Esta definición coincide con la idea de Parasuraman, Zeithaml & Berry, quienes postulan que la calidad del servicio es la diferencia entre expectativas y percepciones del servicio brindado.

A continuación, se presentan modelos conceptuales de calidad del servicio y las definiciones que los autores le dan a la variable en estudio:

1.2.4 Modelos conceptuales de la calidad en el servicio

1.2.4.1 Modelo de Brogowicz, Delene & Li (1990)

Resalta los aspectos de gestión y sintetiza la propuesta de la escuela nórdica y la norteamericana. El modelo se basa en la importancia de la planificación, implementación y control por parte de los directivos. Según Serrano & López (2007, p. 4) “su núcleo central lo constituye precisamente el gap global de calidad de servicio que se determina a partir de las expectativas y percepciones de calidad de servicio de cada cliente real o potencial, siendo cada una de estas dos variables resultado de diferentes factores.”

1.2.4.2 Modelo de Nguyen, Bolton & Drew (1991):

La evaluación de la calidad en el servicio se basa en las relaciones dadas entre la imagen de la empresa, el personal, la organización interna, soporte físico y la satisfacción del cliente.

1.2.4.3 Modelo de Bitner (1992):

Se presenta el paradigma por disconformidad entre el servicio percibido y las expectativas del servicio. (Verdugo, Barbosa y Prada, 2016)

1.2.4.4 Modelo de Parasuraman, Zeithaml & Berry o modelo americano:

De acuerdo a Zeithaml, Parasuraman & Berry (1993, p.21) la calidad del servicio puede ser definida como “la amplitud de la discrepancia o diferencia que exista entre las discrepancias o deseos de los clientes y sus percepciones”.

También llamado modelo del gap, “se centra en el punto de vista del cliente ya que define la calidad del servicio como la diferencia entre las expectativas y la percepción del desempeño, que tiene el cliente con respecto al servicio...” Las brechas o gaps de dicho modelo son:

Gap 1: Diferencia entre expectativas de clientes y percepción de directivos sobre tales expectativas.

Gap 2: Diferencia entre percepciones de directivos y especificaciones de calidad.

Gap 3: Diferencia entre especificaciones de calidad y prestación del servicio.

Gap 4: Diferencia entre prestación del servicio y comunicación con los clientes sobre la entrega del servicio.

Gap 5: Diferencia entre expectativas del cliente y la percepción del servicio.

Setó (2004, p. 25) en su descripción del modelo americano, menciona que “las variables que intervienen en la formación de las expectativas son cuatro: **la comunicación externa, la comunicación boca-oído, las necesidades personales y la experiencia anterior del cliente.**”

1.2.4.5 Modelo de Grönroos o modelo nórdico:

Grönroos (1994) citado por Duque (2005, p.68) adjudica la subjetividad en la percepción de la calidad de los servicios, a la intangibilidad de éstos.

Propone tres dimensiones básicas:

Calidad técnica: Hace referencia a lo físico que el consumidor obtiene, infraestructura y materiales.

Calidad funcional: Se refiere al trato que el consumidor recibe durante el proceso del servicio.

Imagen corporativa: Hace referencia a la forma en la cual la organización es percibida por los clientes. (Verdugo, Barbosa & Prada, 2016)

1.2.4.6 Modelo de Rust & Oliver (Verdugo, Barbosa & Prada, 2016):

Rust & Oliver (1994) conceptualizan el resultado de la diferencia percibida entre las expectativas del consumidor y la percepción que obtuvo del servicio recibido, como juicios de valor. (Duque, 2005, p. 68)

Postulan que, la calidad del servicio posee tres componentes: servicio y sus características, entrega del servicio y entorno o ambiente del servicio interno y externo.

1.2.4.7 Modelo de Candido & Morris (2000)

Citados por Serrano & López (2007, p.4) proponen un modelo basado en catorce inconsistencias de la calidad del servicio: Percepciones de los directivos, estrategia de calidad del servicio, diseño y especificaciones de calidad de servicio en términos de expectativas de los clientes, apoyo de la función financiera a la calidad, comunicación interna, integración – coordinación, coordinación con los otros elementos de la cadena de valor, selección y entrenamiento del personal.

Además de niveles de autonomía, poder y sistemas de recompensa, prestación del servicio, comunicación externa, percepciones del personal de contacto sobre las expectativas de los clientes, percepciones del personal de contacto sobre las percepciones de los clientes, percepciones de los clientes y evaluación de la calidad del servicio.

1.2.5 Modelos de medición de la calidad en el servicio

A diferencia de los productos, debido a las características de los servicios, como su intangibilidad y la simultaneidad en su producción y consumo, medir su calidad es difícil en mayor grado. Sin embargo, no es imposible, y entre los modelos o escalas de medición de la calidad de servicio se encuentran:

1.2.5.1 La escala SERVPERF

Cronin & Taylor (1992 y 1994) citados por Setó (2004) consideran que, a diferencia del modelo SERVQUAL, la calidad del servicio debe ser medida en relación a las percepciones o el resultado. Sin embargo, se basa en la escala SERVQUAL, por ello toma como base los 22 ítems relativos a las percepciones.

Verdugo, Barbosa & Prada (2016) mencionan que, en este modelo, los autores determinan que la calidad de servicio antecede a la satisfacción del cliente.

1.2.5.2 La escala SERVQUAL

Los autores Parasuraman, Zeithaml & Berry desarrollaron la escala SERVQUAL (SERVICE QUALITY), la cual mide la calidad del servicio a través de la diferencia existente entre las expectativas y percepciones de los clientes. Dicho modelo fue desarrollado en relación al análisis de deficiencias o gaps, mencionado líneas arriba.

Este modelo de medición o escala de medición de la calidad del servicio ha tenido modificaciones.

La primera versión, tenía diez dimensiones y 97 ítems. Setó (2004). Tales dimensiones fueron: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, profesionalidad, cortesía, credibilidad, seguridad, accesibilidad, comunicación y comprensión del cliente (Zeithaml, V., Parasuraman, A. & Berry, L. 1993). Según los propios autores del modelo, dicha versión inicial correspondía a una fase exploratoria cualitativa de su estudio.

Posteriormente, luego de desarrollar la fase cuantitativa de su estudio, para desarrollar el instrumento SERVQUAL, se eliminaron algunos ítems, para finalmente tener una versión de cinco dimensiones y 22 ítems para la medición de la calidad del servicio. Las dimensiones finales son: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Es este instrumento de medición de la calidad del servicio, en el cual se basa la presente investigación.

1.2.5.3 Modelo de los tres componentes

Rust & Oliver (1994) proponen el modelo que en un inicio se orientaba a productos físicos, y que se compone por: el servicio y sus características, el proceso de envío del servicio y el ambiente que rodea el servicio.

1.2.6 Modelo HOTELQUAL

De acuerdo a Sierra, B., Falces, C., Briñol, P. & Becerra, A. (1999) este modelo se utiliza para medir la calidad percibida en los servicios de alojamiento. Tiene como base el modelo SERVQUAL, mide la discrepancia entre expectativas y percepciones, con la diferencia de que adapta las dimensiones específicamente

para su uso en el sector alojamiento y las convierte en tres: ***la evaluación del personal, evaluación de las instalaciones y la organización del servicio***, cuenta con 20 ítems también adaptados.

1.2.7 Modelo SERVQUAL

1.2.7.1 Teoría

Luego de lograr, mediante su estudio cualitativo, determinar diez criterios de valoración de la calidad del servicio, los autores del modelo SERVQUAL, iniciaron la fase cuantitativa de su estudio.

Dicha fase involucró a usuarios de cinco sectores de servicio: reparación y mantenimiento de aparatos, banca minorista, llamadas de larga distancia, corredores de valores y tarjetas de crédito. Dicha fase de la investigación, obtuvo como resultado el establecimiento de cinco dimensiones, las cuales serán desarrolladas a continuación:

1.2.7.2 Dimensiones

- a) Elementos tangibles: Hacen referencia a la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.
- b) Fiabilidad: Es la habilidad para realizar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.
- c) Capacidad de respuesta: Se refiere a la disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido.
- d) Seguridad: Incluye los conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.

e) Empatía: Hace referencia a la atención individualizada que ofrecen las empresas a sus consumidores.

1.2.7.3 Indicadores

Para cada una de las cinco dimensiones, se plantearon de cuatro a cinco indicadores, los cuales se muestran en la matriz de operacionalización de variables.

1.2.8 Panorama de la calidad de servicio en el sector turístico – hostelero en países con mayor afluencia de turistas en el mundo

De acuerdo a estadísticas de la Organización Mundial de Turismo (OMT) para el año 2015, los tres países con mayor número de visitantes extranjeros fueron: Francia, Estados Unidos y España, en ese orden.

Por ello, a continuación, se analiza la calidad de servicio promovida por los organismos públicos de cada uno de los países en mención.

1.2.8.1 Francia

En su búsqueda de mejorar constantemente y mantenerse como el destino turístico más concurrido, Francia, cuya entidad homóloga al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo en nuestro país, en materia de turismo, es Atout France.

Entidad que desarrolló el **sello francés de calidad**, el cual forma parte del compromiso de dicho país, para marcar diferencia en el sector turístico. A través de la marca **Calidad turismo**, Francia decidió mejorar la calidad de las

prestaciones de servicios turísticos, incluyendo el sector hostelero, restaurantes, cafés, agencias, oficinas de turismo, lugares de visita y actividades de naturaleza.

La marca posee los colores de la bandera francesa, y sus portadores son identificados por los turistas, como establecimientos de calidad y confianza, a consecuencia de ello, sus expectativas al ingresar son altas, pero justamente para eso, los prestadores están preparados y son evaluados por entidades independientes a ellos, como mínimo una vez cada tres años, por clientes ocultos o mystery shoppers.

Para ser seleccionados como portadores de la marca, los prestadores se comprometen a brindar una acogida personalizada, brindar información clara y precisa por parte de personal competente, que entienda sus reales requerimientos y adecúe su información a ello, además de una presentación pulcra del lugar, como del personal al servicio. Adicionalmente, deben seguir las normativas en relación a calidad, definidas por los compromisos nacionales de calidad. Dichos compromisos son especiales para cada sector, sin embargo, lo que principalmente buscan todos, es la satisfacción del usuario.

En setiembre de 2016, Francia contaba con más de 5970 instituciones titulares de la marca.

1.2.8.2 Estados Unidos

La ***estrategia nacional de viajes y turismo 2012*** del gobierno norteamericano, tiene como uno de los cinco principales temas de interés, brindar calidad de servicio y experiencia de clase mundial al visitante.

En esta misma propuesta, una de las metas es: ***proporcionar una experiencia de calidad al visitante, para lograr su satisfacción, y así incrementar las visitas repetidas.*** En este sentido, el gobierno federal ofrece programas e incentivos, para ayudar al sector privado con capacitaciones y asistencia.

“The quality of a visitor’s experience depends largely on the “front line” customer-facing workers who engaged tourists from arrival to departure. A skilled tourism and hospitality workforce is therefore essential to a robust travel and tourism industry.”

Esta cita señala que, más allá que tener una industria turística gigante, la calidad de la experiencia de calidad del visitante, las habilidades de los trabajadores que dan la bienvenida y despiden a los turistas, o de quienes, a lo largo del viaje, le acompañan, son el elemento que darán al turista una experiencia memorable positiva o no, del turismo en el país.

Por ello, es importante, desarrollar una cultura de calidad en turismo, que empiece desde la normatividad, hasta la selección del personal que llevará a cabo las funciones operativas en los distintos servicios turísticos y complementarios.

1.2.8.3 España

En España, el gobierno, a través de la Secretaría de Estado de Turismo, las Comunidades Autónomas y la Federación Española de Municipios y

Provincias, otorgan la “Q” de calidad turística a distintos prestadores de servicios y organismos del sector.

El ente encargado de evaluar y otorgar la “Q de calidad” es el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), entidad especializada en empresas turísticas, formada por las organizaciones mencionadas. Sus funciones son: certificar, administrar y velar por el uso correcto de la “Q de calidad”.

Para obtener la “Q de calidad”, los establecimientos pasan por un riguroso proceso de auditorías, que aseguren su calidad, seguridad y profesionalidad.

El objetivo es garantizar una experiencia inolvidable a los visitantes. Los miembros del Instituto para la Calidad Turística Española, forman una junta directiva. Dentro de los miembros de dicha junta, se encuentra el sector de gestión pública, el cual incluye las oficinas de información turística, playas, palacios de congresos.

Los beneficios del reconocimiento con la “Q de calidad” son: prestigio, fidelización, fiabilidad, rigurosidad y promoción.

1.2.9 Panorama de la calidad de servicio en el sector turístico – hostelero en países con mayor afluencia de turistas en Latinoamérica

En Latinoamérica, un bloque de integración regional, político y económico es el conformado por los países de la Alianza del Pacífico: Chile, Colombia, México y Perú.

Tres de los objetivos de esta alianza, son la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas. Se inició en el año 2012 y en agosto del mismo año se firma un acuerdo de cooperación en materia de turismo.

Dicho acuerdo tiene como objetivo: incrementar las visitas de turistas a través de iniciativas en el sector y propuestas en cooperación de los países miembros. En tal documento se establece la búsqueda de intercambio de productos turísticos, experiencias exitosas, información, y como punto de vital importancia, se menciona el aporte de la calidad para fortalecer el desarrollo del sector.

A continuación, se describen tres de los países de Latinoamérica con mayor número de visitas internacionales de acuerdo a estadísticas del año 2015 de la Organización Mundial de Turismo (OMT): México, Argentina y Chile, en ese orden. Como podemos ver, dos de ellos, forman parte de la Alianza del Pacífico.

1.2.9.1 México

En México, dentro de la Política Nacional Turística, establecida el año 2013, se estableció el Sistema Nacional de Certificación Turística (SNCT) cuyo fin es establecer políticas turísticas transversales entre asociaciones, cámaras y confederaciones empresariales.

El documento oficial de la Alianza del Pacífico, publicado por el gobierno de Colombia en formato digital el 28 de enero de 2015, define al Sistema Nacional de Certificación Turística como “un conjunto de instancias, mecanismos e instrumentos del Gobierno de la República de México para definir y aplicar reglas, criterios y estándares dirigidos a asegurar la más alta calidad en la provisión de

servicios y productos turísticos mediante el otorgamiento del Distintivo Nacional de Calidad Turística a los prestadores de servicios turísticos.”

Este distintivo cumple las mismas funciones que los sellos de calidad turística de Francia y España, la diferencia es que, en el sello de calidad mexicano, existen niveles, establecidos por la entidad mencionada y se otorgan de acuerdo a requisitos establecidos, mediante los que se busca la mejora continua. Existe, además, la obligatoriedad en el registro de prestadores al Registro Nacional de turismo, desde el año 2009, establecido por la Ley General de Turismo mexicana.

1.2.9.2 Argentina

Según Bergna y Bustos (2015) Argentina, tiene por organismo rector del sector, el Ministerio de Turismo, el cual, mediante la Subsecretaría de Calidad turística, crearon el Sistema argentino de calidad turística (SACT), una serie de herramientas con el fin de promover la calidad de servicio en prestadores turísticos. Con este sistema se benefician los destinos, los prestadores de servicios y los propios turistas.

Dentro del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable – Argentina 2020 se contemplan seis puntos principales: facilitación, desarrollo económico y social, desarrollo sustentable, accesibilidad, calidad y competitividad.

Al igual que otros países ya mencionados, se estableció el Premio Nacional a la calidad, en el cual existen tres niveles, dentro de los cuales hay distintas marcas de calidad, los niveles son: inicial, avanzado y de excelencia.

1.2.9.3 Chile

En el año 2010 se reconoció el Sistema de Calidad para los servicios turísticos, resultado de una alianza público-privada. En Chile existe también un Registro de Prestadores de Servicios, para alojamientos turísticos y actividades de turismo de aventura el registro es obligatorio. Y el proceso de certificación es realizado por organismos independientes.

En el primer capítulo de la Estrategia Nacional de Turismo, se detalla como un objetivo, la calidad de servicios turísticos.

Para ello, la Ley 20423 reconoce al Instituto Nacional de Normalización (INN) como representante de ISO en Chile, para la creación de normas técnicas de calidad en el sector.

1.2.10 Panorama de la calidad de servicio en el sector turístico – hostelero en Perú

El estado peruano, a partir del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, a través del Viceministerio de Turismo y La Comisión de Promoción del Perú para

la exportación y el turismo (PROMPERÚ) creada el 19 de febrero de 1993, desarrolló la Política Nacional para la Calidad.

La cual busca la fomentar y promocionar la productividad, innovación, competitividad, desarrollar una cultura de calidad descentralizada, producción y uso de bienes y servicios de calidad, estableciendo estándares y una política transversal, que involucre al sector público y los agentes económicos.

El Plan Nacional de Calidad Turística del Perú (CALTUR) 2005-2015 comprende ciertos programas de gestión de recursos humanos, como certificación de competencias, a través del Centro de Formación en Turismo (CENFOTUR). Mejora continua de los prestadores de servicios turísticos, mediante programas de buenas prácticas, mejora del sistema de gestión de empresas y servicios turísticos, el sello de calidad turística, el cual es un reconocimiento formal del cumplimiento de las normas técnicas peruanas en turismo. En este plan quedaba pendiente el desarrollo de normatividad en sitios turísticos y destinos turísticos.

Por su parte, el Plan Estratégico Nacional de Turismo 2012-2021, contempla planes de desarrollo del capital humano y la calidad. Busca reforzar el capital humano para prestadores de servicios, garantizar funcionarios públicos que lleven a cabo una gestión turística óptima, y recurso humano calificado para los entes gestores. Para cada punto se han establecido planes de acción específicos.

En el Plan Nacional de Calidad Turística del Perú (CALTUR) 2016-2025 se contempla el desarrollo y evaluación del recurso humano y la promoción y

control de prestadores de servicios turísticos competitivos y comprometidos con la calidad turística.

1.2.11 Establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast

El establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, está ubicado en el distrito de Barranco, a menos de tres cuadras del Parque Municipal de dicho distrito. Muy cerca de la estación del antiguo tranvía, el Puente de los Suspiros, la Bajada de Baños, el Boulevard, y lugares tradicionales.

Es un pequeño alojamiento familiar que inició sus actividades como empresa, en el año 2010. Cuenta con cinco habitaciones, un patio, una acogedora sala comedor, una cocina y un ambiente de recepción.

Cuenta con servicio de internet wi-fi, lavandería, alquiler de bicicletas, y los huéspedes que deseen pueden preparar sus alimentos en la cocina. D' Osma recibe desde sus inicios, en su mayoría, visitas de turistas extranjeros, que vienen a Perú por turismo, trabajo, estudios, entre otras actividades. Brindan servicio de desayuno para todas sus reservas a excepción de tarifas especiales. Los canales usados para sus reservas son Booking.com, Expedia.com, Hostelworld.com, su propia página web, correo electrónico y teléfono. La plataforma más utilizada para reservar es Booking.com. El hospedaje cuenta con 06 trabajadores operativos y el gerente.

Brindan oportunidades a estudiantes de las carreras de Turismo, Hotelería y afines, para la realización de prácticas. Además, es una empresa comprometida con el cuidado del medio ambiente, ya que cuentan con

contenedores divididos para cada tipo de residuos y brindan lo acumulado como reciclaje a organismos sin fines de lucro.

1.3 Definición de términos básicos

1.3.1 Bed & breakfast

El Manual de Buenas Prácticas de Gestión de Servicios para Establecimientos de Hospedaje, desarrollado por MINCETUR (2012), lo define como “un pequeño establecimiento que brinda servicio de hospedaje y cuyo propietario usualmente vive dentro del local y sirve desayuno a los clientes

1.3.2 Calidad

Según Gonzales, Ávila, López & Raynholds (2014) “calidad es el conjunto de propiedades y características de un producto o servicio, que le confieren de la capacidad de satisfacer necesidades, gustos, y preferencias, y de cumplir con expectativas en el consumidor.”

1.3.3 Calidad del servicio

De acuerdo a Zeithaml, Parasuraman & Berry (1993, p.21) la calidad del servicio puede ser definida como “la amplitud de la discrepancia o diferencia que exista entre las discrepancias o deseos de los clientes y sus percepciones”.

Según Barroso (2000) citado por Setó (2004, p.17) la calidad de servicio es la comparación entre lo que el cliente espera recibir, versus lo que realmente recibe o percibe que recibe.

1.3.4 Check in

Según Spinelli, S. (1990) “consiste en el registro del pasajero al llegar a un hotel”.

1.3.5 Check out

Según el Manual de Buenas Prácticas de Gestión de Servicios para establecimientos de Hospedaje, desarrollado por MINCETUR (2012), es definido como “proceso de cierre de cuenta y salida de un huésped”.

1.3.6 Expectativa

Según Berry (1994, p.50) las expectativas del cliente “son actitudes que éste asume con respecto a una compañía.

Según Zeithaml & Bitner (2002) citados por Caldera, Pirela & Ortega (2011, p.334) las expectativas son “las creencias relacionadas con la prestación del servicio que funcionan como estándares o puntos de referencias contra los cuales se juzga su desempeño.”

1.3.7 Hostelería

De acuerdo con el Diccionario de la Real Academia Española (DRAE) (2014) es el “conjunto de servicios que proporcionan alojamiento y comida a los clientes”.

1.3.8 Hotelería

Según el Diccionario de la Real Academia Española (DRAE) (2014) es el “conjunto de servicios hoteleros”.

1.3.9 Percepción

Hoffman & Bateson (2002) citados por Caldera, Pirela & Ortega (2011, p.340) definen la percepción del cliente como “la sensación que experimenta un cliente después de recibir un producto o servicio.”

1.3.10 Servicio

Según Kotler, Armstrong, Saunders, & Wong (2002) “un servicio es cualquier actuación o beneficio que una parte puede ofrecer a la otra, esencialmente intangible y sin transmisión de propiedad.” (p.267)

1.3.11 Staff

De acuerdo al Diccionario Español Oxford Living Dictionaries (2017), es el “conjunto de personas que forman un cuerpo o equipo de estudio, información o asesoramiento en una empresa u organización”.

1.3.12 Turismo

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT) el turismo es “un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios.”

1.3.13 Matriz de perfil competitivo

Según Kepner, C. (1970) “es una matriz que permite identificar los factores decisivos de éxito de una empresa en la industria a la que pertenece y

los competidores más importantes del mercado. Asimismo, permite identificar las estrategias adecuadas dentro de la posición en la que se encuentra”.

1.4 Matriz de consistencia

	PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLE	ITEM	METODOLOGÍA
GENERAL	¿Cuál es el nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL?	Determinar el nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL.	El nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL es óptimo.	CALIDAD DEL SERVICIO Dimensiones:		Tipo de Investigación: Observacional – longitudinal Nivel de Investigación: Descriptivo simple Método: Mixto
ESPECÍFICOS	¿De qué manera los elementos tangibles influyen en el nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL?	Analizar de qué manera los elementos tangibles influyen en el nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL.	Los elementos tangibles influyen de manera significativa en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL.	Elementos tangibles Indicadores: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Equipos de aspecto moderno ▪ Instalaciones atractivas ▪ Presentación personal ▪ Materiales atractivos 	1,2,3,4	Diseño de Investigación: No experimental – Descriptivo – Deductivo Población y Muestra: Población: 21 personas que realizan reservas al mes mediante Booking.com

<p>¿Cómo influye la fiabilidad en el nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL?</p>	<p>Determinar cómo influye la fiabilidad en el nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL.</p>	<p>La fiabilidad en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL, logra el estándar.</p>	<p>Fiabilidad Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Cumplir tiempos prometidos ▪ Interés genuino por ayudar ▪ Hábito de prestar bien el servicio ▪ Cumplir con lo ofrecido ▪ Evitar errores 	<p>5,6,7,8,9</p>	<p>Muestra No Probabilística – Casual o incidental: 20 personas</p> <p>Técnicas e Instrumentos:</p> <p>Encuesta: Cuestionario SERVQUAL adaptado</p>
<p>¿Cuál es la influencia de la capacidad de respuesta en el nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL?</p>	<p>Explicar la influencia de la capacidad de respuesta en el nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL.</p>	<p>La capacidad de respuesta en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL, supera el promedio.</p>	<p>Capacidad de respuesta Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Información verídica de condiciones del servicio ▪ Rapidez en la respuesta ▪ Disponibilidad de ayuda ▪ Dedicar tiempo necesario para absolver dudas 	<p>10,11,12,13</p>	<p>Entrevista: Guía de entrevista (3 trabajadores de D' Osma)</p> <p>Observación: Guía de Observación</p> <p>Técnica de Procesamiento de datos: SPSS Versión 24</p>

<p>¿Cómo influye la seguridad en el nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL?</p>	<p>Analizar la influencia de la seguridad en el nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL.</p>	<p>La influencia de la seguridad en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL es significativa.</p>	<p>Seguridad Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Personal inspira confianza ▪ Seguridad durante el servicio ▪ Amabilidad del personal ▪ Personal con conocimiento 	<p>14,15,16,17</p>	<p>Prueba de hipótesis: T de Student – Rho de Spearman</p>
<p>¿De qué manera influye la empatía en el nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL?</p>	<p>Explicar cómo influye la empatía en el nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL.</p>	<p>La empatía influye de manera significativa en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL.</p>	<p>Empatía Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Seguimiento personalizado ▪ Horario adecuado ▪ Atención personalizada ▪ Se busca lograr intereses del cliente ▪ Comprensión de necesidades del cliente 	<p>18,19,20,21,22</p>	

CAPÍTULO II:

HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de hipótesis

2.1.1 Hipótesis general

El nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL es óptimo.

Ho: El nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL no es óptimo.

2.1.2 Hipótesis específica 1

Los elementos tangibles influyen de manera significativa en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL.

Ho1: Los elementos tangibles no influyen de manera significativa en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL.

2.1.3 Hipótesis específica 2

La fiabilidad en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL, logra el estándar.

Ho2: La fiabilidad en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL, no logra el estándar.

2.1.4 Hipótesis específica 3

La capacidad de respuesta en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL, supera el promedio.

Ho3: La capacidad de respuesta en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL, no supera el promedio.

2.1.5 Hipótesis específica 4

La influencia de la seguridad en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL es significativa.

Ho4: La influencia de la seguridad en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL no es significativa.

2.1.6 Hipótesis específica 5

La empatía influye de manera significativa en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL.

Ho5: La empatía no influye de manera significativa en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL.

2.2 Variables e indicadores:

Variable	Dimensiones	Característica	Indicadores	Característica
Calidad del servicio	Elementos tangibles	Cualitativa ordinal	Equipos de aspecto moderno	Cualitativa ordinal
			Instalaciones atractivas	Cualitativa ordinal
			Presentación personal	Cualitativa ordinal
			Materiales atractivos	Cualitativa ordinal
	Fiabilidad	Cualitativa ordinal	Cumplir tiempos prometidos	Cualitativa ordinal
			Interés genuino por ayudar	Cualitativa ordinal
			Hábito de prestar bien el servicio	Cualitativa ordinal
			Cumplir con lo ofrecido	Cualitativa ordinal
			Evitar errores	Cualitativa ordinal
	Capacidad de respuesta	Cualitativa ordinal	Información verídica de condiciones del servicio	Cualitativa ordinal
			Rapidez en la respuesta	Cualitativa ordinal
			Disponibilidad de ayuda	Cualitativa ordinal
			Dedicar tiempo necesario para absolver dudas	Cualitativa ordinal
	Seguridad	Cualitativa ordinal	Personal inspira confianza	Cualitativa ordinal
			Seguridad durante el servicio	Cualitativa ordinal
			Amabilidad del personal	Cualitativa ordinal
			Personal con conocimiento	Cualitativa ordinal
	Empatía	Cualitativa ordinal	Seguimiento personalizado	Cualitativa ordinal
			Horario adecuado	Cualitativa ordinal
			Atención personalizada	Cualitativa ordinal
Se busca lograr intereses del cliente			Cualitativa ordinal	
Comprensión de necesidades del cliente			Cualitativa ordinal	

Fuente: Elaboración propia (2017)

2.3 Matriz de Operacionalización de variables (Ver Anexo 1)

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 Diseño Metodológico

Según Ponce, B. (2015) el diseño metodológico es un esquema que presenta las diferentes perspectivas de la metodología de la investigación.

De acuerdo a Bernal, C. (2010, p.59) “Este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares.”

El diseño utilizado es deductivo, ya que se cuenta con lo necesario para deducir la respuesta. Además, es no experimental, porque no se manipulará la variable, y descriptivo, ya que se describirá la variable en su realidad.

3.1.1 Enfoque

Debido a que las técnicas de recolección de datos son cuantitativas y cualitativas, la presente investigación tendrá un enfoque mixto.

3.1.2 Tipo

La investigación es de tipo observacional, pues no se manipula la variable de estudio. Es de tipo longitudinal, ya que la recolección de los datos se llevará a

cabo en dos momentos distintos y es descriptiva ya que se describe la variable en su ambiente natural.

3.1.3 Nivel

La presente investigación es de tipo descriptivo simple, ya que cuenta con una sola variable y el fin es describirla en su situación real. Hernández, R. (2006, p.80) menciona que los estudios descriptivos buscan “especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier fenómeno que se someta a un análisis.”

3.2 Diseño muestral

3.2.1 Población

Encuesta

De acuerdo a información proporcionada por personal de D' Osma Bed & Breakfast, el promedio mensual de reservas es 40, de las cuales 21 son reservas realizadas por la plataforma Booking.com, siendo este medio el más frecuente de reservas.

Por lo cual 21 reservas constituyen la población de la investigación. Las preguntas están formuladas de acuerdo al modelo SERVQUAL (1993).

Entrevista

La población está conformada por tres trabajadores del establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast.

Observación

La población es uno, ya que se analizó y observó la variable en el hospedaje D' Osma Bed & Breakfast.

3.2.2 Muestra

La muestra seleccionada estuvo integrada por 21 personas. Según Tinoco, Crispín & Rosales (2009, p.230) en el muestreo no probabilístico se siguen “determinados criterios procurando que la muestra sea representativa”. Y para la presente investigación se utilizará el muestreo no probabilístico casual o incidental. Ya que, mediante este proceso se selecciona directa e intencionalmente los individuos de la población. En este caso se tomará como población, la cantidad de reservas que se reciben por medio de la plataforma Booking.com, al ser este el medio más usado por los usuarios para reservar.

n	Tamaño de la muestra	¿?
Z	Nivel de confianza	1.96
P	Variabilidad positiva	0.5

se
usado

Fórmula:

$$n = \frac{(z)^2 pq N}{e^2 (N - 1) + (z)^2 pq}$$

Q	Variabilidad Negativo	0.5
E	Precisión o el error	0.05
N	Población	21

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)(21)}{(0.05)^2 (20) + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = 20$$

Tamaño total de la muestra es 20.

Cabe indicar que el error de la muestra es de +/- 5%

3.3 Técnicas de recolección de datos

3.3.1 Técnicas de recolección

En la presente investigación, al ser mixta, se utilizan técnicas de recolección de datos cualitativas y cuantitativas. Se utilizó la encuesta como técnica cuantitativa y como técnicas cualitativas, la observación y entrevista.

3.3.2 Instrumentos

Los instrumentos dependen de la técnica de recolección utilizada. En esta investigación se utilizaron tres instrumentos:

- Encuesta: Cuestionario SERVQUAL adaptado
- Observación: Guía de observación
- Entrevista: Guía de entrevista

3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

Se utilizó el programa SPSS versión 24 para el procesamiento de datos recolectados y la posterior prueba de hipótesis.

3.5 Aspectos éticos

La presente investigación se realizó con los debidos parámetros morales y legales, sin infringir normas, derechos o el bienestar de las personas encuestadas o entrevistadas. Además, se ha tomado en cuenta los derechos de cada autor mencionado en los antecedentes y bases teóricas. Se coordinó también con la empresa para la realización del estudio.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis de los resultados

4.1.1 Análisis descriptivo

4.1.1.1 Resultados de la aplicación del cuestionario “Expectativas”

De los datos recolectados el mes de mayo, en la aplicación de la primera parte de la encuesta, en la cual se midieron las expectativas de los huéspedes, los resultados fueron:

Tabla 2. Edad

Edad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	26-33	7	35,0	35,0	35,0
	34-41	8	40,0	40,0	75,0
	42-49	3	15,0	15,0	90,0
	50-60	2	10,0	10,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia (2017)*

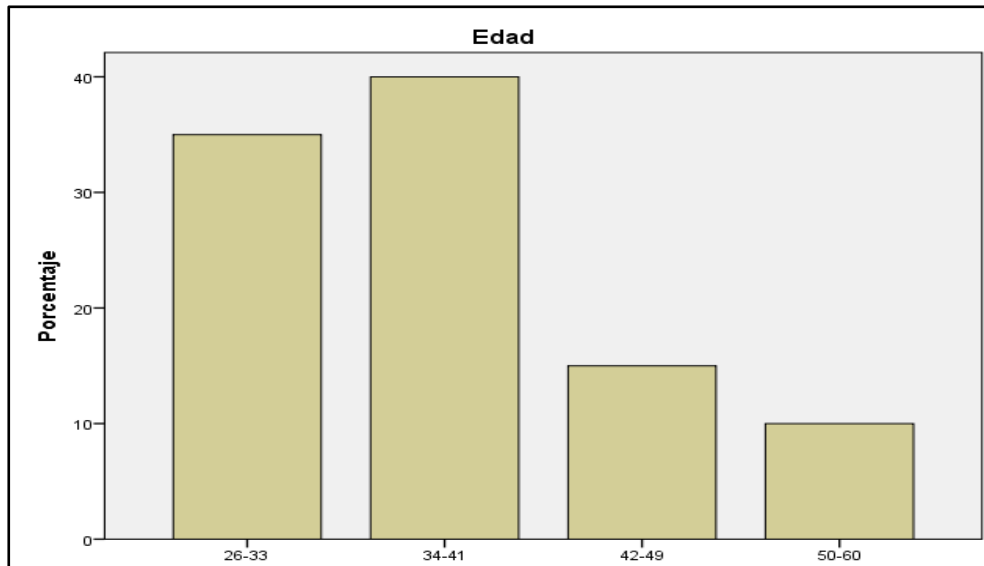


Gráfico 1. Edad

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Del total de la muestra, que son 20 personas, el 35% tiene de 26 a 33 años de edad, el 40% de 34 a 41 años, el 15% de 42 a 49 años y el 10% tiene de 50 a 60 años.

Tabla 3. Nacionalidad

Nacionalidad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Chile	1	5,0	5,0	5,0
	Países bajos	2	10,0	10,0	15,0
	Irlanda	1	5,0	5,0	20,0
	Suiza	1	5,0	5,0	25,0
	Francia	4	20,0	20,0	45,0
	Canadá	1	5,0	5,0	50,0
	Italia	2	10,0	10,0	60,0
	Austria	1	5,0	5,0	65,0
	España	1	5,0	5,0	70,0
	Estados Unidos	2	10,0	10,0	80,0
	Australia	1	5,0	5,0	85,0
	Rumanía	1	5,0	5,0	90,0
	Reino Unido	1	5,0	5,0	95,0
	Ecuador	1	5,0	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2017)

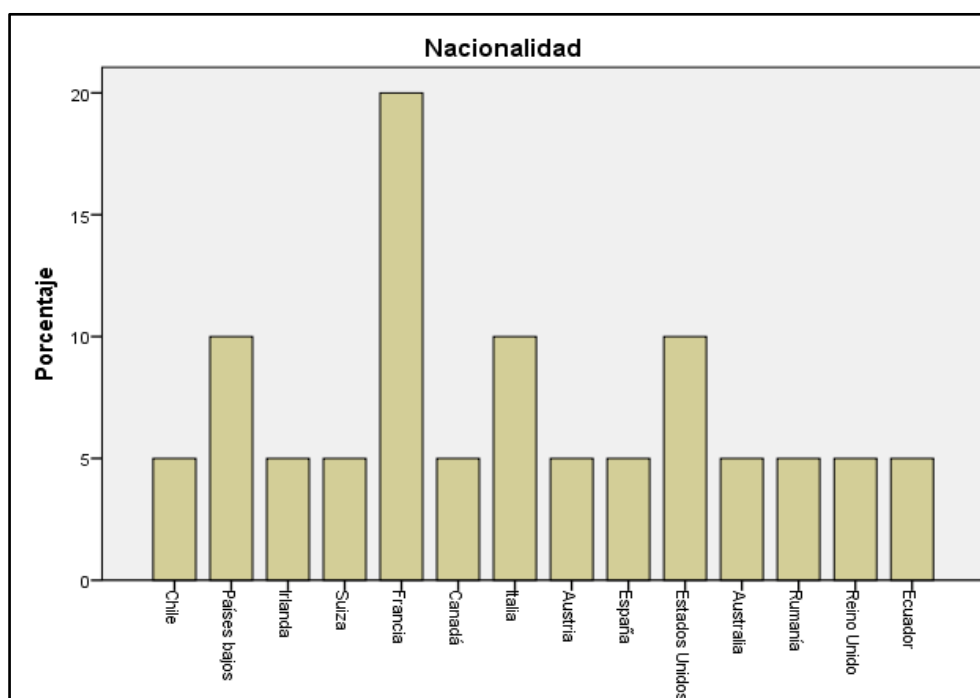


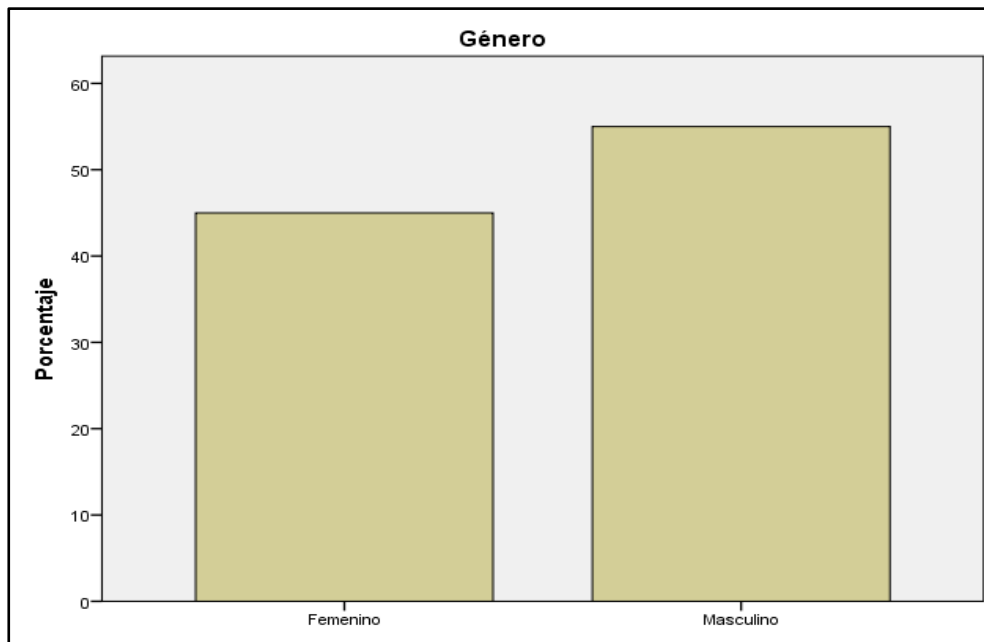
Gráfico 2. Nacionalidad

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Del total de la muestra, que son 20 personas, el 20% indicaron ser de nacionalidad francesa, el 10% afirmaron ser estadounidenses, otro 10% de países bajos, un 10% adicional indicaron ser italianos, mientras que 5% provenían de Chile, 5% de Irlanda, 5% de Suiza, 5% de Canadá, 5% de Austria, 5% de España, 5% de Australia, 5% Rumanía, 5% de Reino Unido y otro 5% de Ecuador.

Género					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	9	45,0	45,0	45,0
	Masculino	11	55,0	55,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Tabla 4. Género



Fuente: Elaboración propia (2017)

Gráfico 3. Género

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: De acuerdo a los resultados estadísticos, el 45% de los encuestados son de sexo femenino y el 55% de sexo masculino.

Tabla 5. Pregunta 01 Cuestionario Expectativas

¿Cree que D' Osma Bed & Breakfast tendrá mobiliario de aspecto moderno?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	10,0	10,0	10,0
	Indeciso	4	20,0	20,0	30,0
	De acuerdo	9	45,0	45,0	75,0
	Muy de acuerdo	4	20,0	20,0	95,0
	Totalmente de acuerdo	1	5,0	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2017)

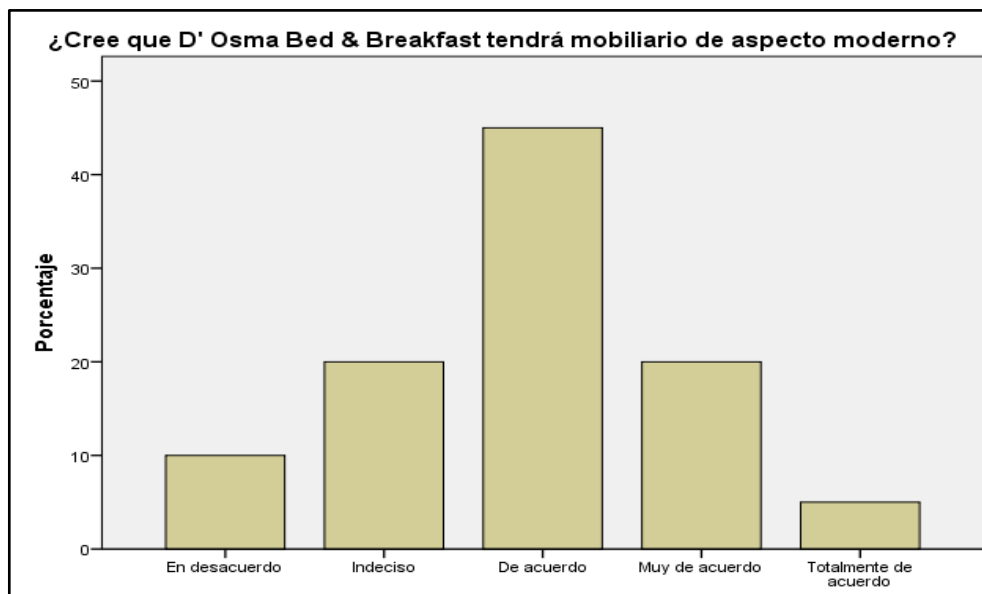


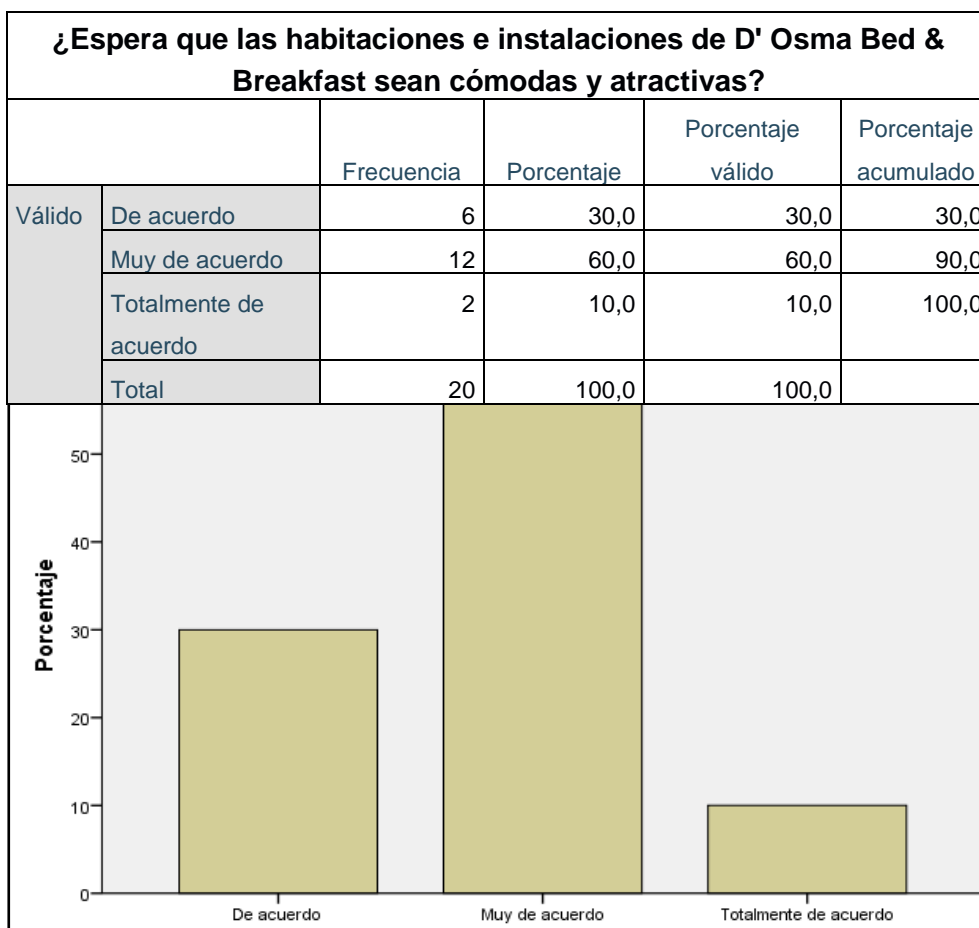
Gráfico 4. Pregunta 01 Cuestionario Expectativas

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus expectativas, antes de su llegada al hospedaje, el 45% de los encuestados estuvo de acuerdo con que el hospedaje D' Osma Bed & Breakfast tendría mobiliario de aspecto moderno, un 20% estuvo muy de acuerdo con ello, otro 20% se encontraba indeciso, 10% de los encuestados indicó estar en desacuerdo y un 5%

indicó estar totalmente en desacuerdo con que el hospedaje tendría esta característica.

Tabla 6. Pregunta 02 Cuestionario Expectativas



Fuente: Elaboración propia (2017)

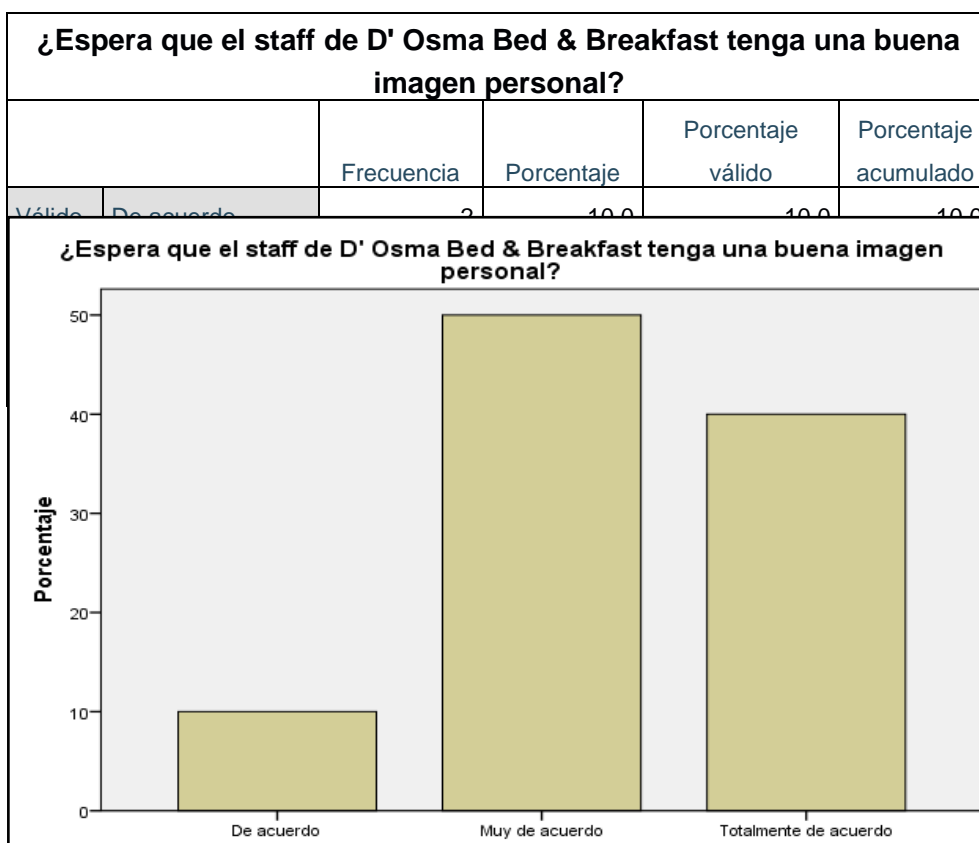
Gráfico 5. Pregunta 02 Cuestionario Expectativas

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus expectativas, antes de su llegada al hospedaje, el 60% de los encuestados estuvo muy de acuerdo con que las habitaciones e instalaciones de D' Osma Bed &

Breakfast serían cómodas y atractivas, el 30% indicó estar de acuerdo y el 10% restante estuvo totalmente de acuerdo con que el hospedaje tendría esta característica.

Tabla 7. Pregunta 03 Cuestionario Expectativas



Fuente: Elaboración propia (2017)

Gráfico 6. Pregunta 03 Cuestionario Expectativas

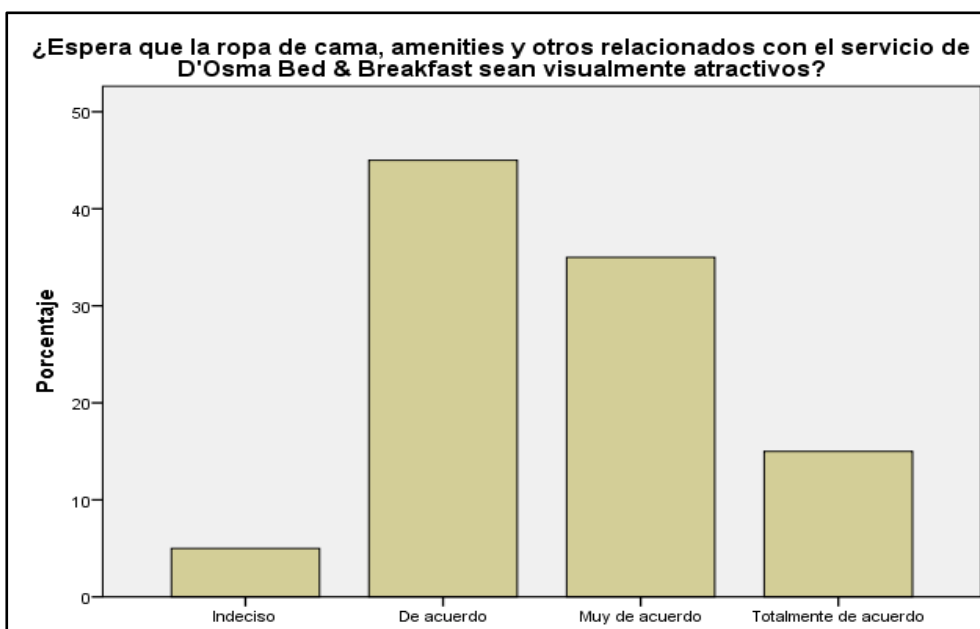
Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus expectativas, antes de su llegada al hospedaje, el 50% de los encuestados indicó estar muy de acuerdo con que el staff de D' Osma Bed & Breakfast tendría una

buena imagen personal, el 40% estuvo totalmente de acuerdo y el 10% estuvo de acuerdo con que el staff tendría esta característica.

Tabla 8. Pregunta 04 Cuestionario Expectativas

¿Espera que la ropa de cama, amenities y otros relacionados con el servicio de D' Osma Bed & Breakfast sean visualmente atractivos?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indeciso	1	5,0	5,0	5,0



Válido	De acuerdo	9	45,0	45,0	50,0
	Muy de acuerdo	7	35,0	35,0	85,0
	Totalmente de acuerdo	3	15,0	15,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2017)

Gráfico 7. Pregunta 04 Cuestionario Expectativas

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus expectativas, antes de su llegada al hospedaje, el 45% de los encuestados estuvo de acuerdo con que esperaban que la ropa de cama, amenities y otros

relacionados con el servicio de D' Osma Bed & Breakfast fueran visualmente atractivos, un 35% estuvo muy de acuerdo, mientras que un 15% indicó estar totalmente de acuerdo y un 5% se mostró indeciso acerca de que el hospedaje tuviera la característica en mención.

Tabla 9. Pregunta 05 Cuestionario Expectativas

¿Cree que cuando D' Osma Bed & Breakfast se comprometa a hacer algo en cierto tiempo durante su estadía, lo hará?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	3	15,0	15,0	15,0
	Muy de acuerdo	6	30,0	30,0	45,0
	Totalmente de acuerdo	11	55,0	55,0	100,0

¿Cree que cuando D' Osma Bed & Breakfast se comprometa a hacer algo en cierto tiempo durante su estadía, lo hará?

Válido	Total	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2017)

Gráfico 8. Pregunta 05 Cuestionario Expectativas

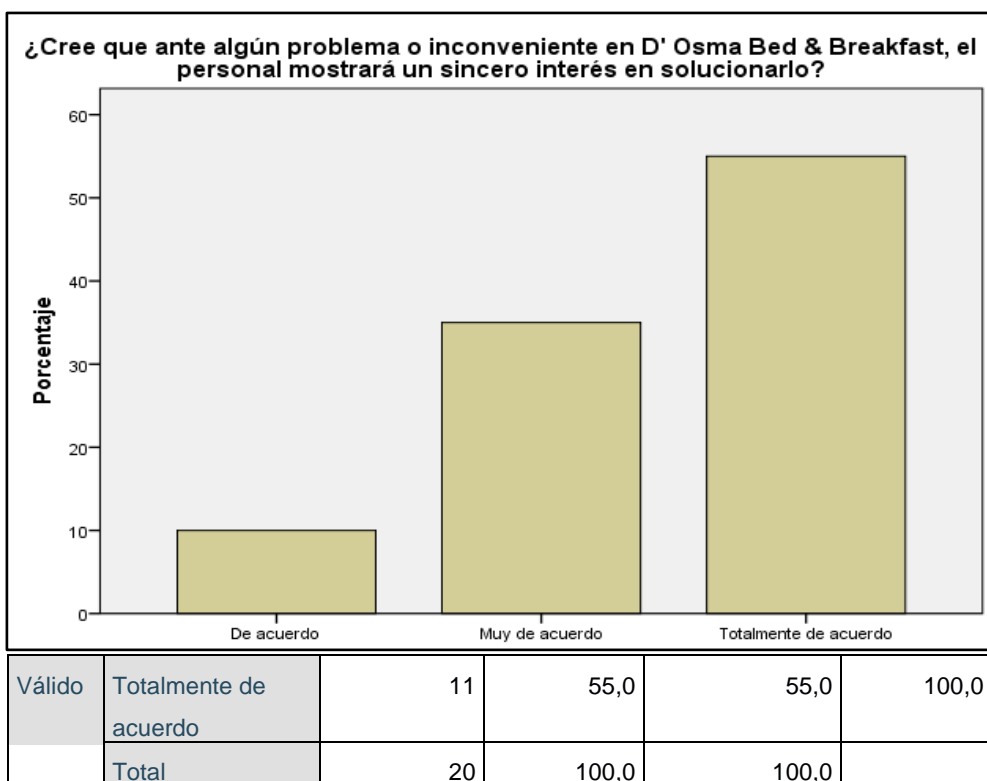
Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus expectativas, antes de su llegada al hospedaje, el 55% de los encuestados indicó

estar totalmente de acuerdo en que cuando D' Osma Bed & Breakfast se comprometiera a hacer algo en cierto tiempo durante su estadía, lo haría. Un 30% se mostró muy de acuerdo y un 10% estuvo de acuerdo con que el hospedaje tuviera esta característica.

Tabla 10. Pregunta 06 Cuestionario Expectativas

¿Cree que ante algún problema o inconveniente en D' Osma Bed & Breakfast, el personal mostrará un sincero interés en solucionarlo?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	2	10,0	10,0	10,0
	Muy de acuerdo	7	35,0	35,0	45,0



Fuente: Elaboración propia (2017)

Gráfico 9. Pregunta 06 Cuestionario Expectativas

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus expectativas, antes de su llegada al hospedaje, el 55% de los encuestados estuvo

totalmente de acuerdo con que ante algún problema o inconveniente en D' Osma Bed & Breakfast, el personal mostraría un sincero interés en solucionarlo. Un 35% estuvo muy de acuerdo con ello y el 10% se mostró de acuerdo con que el hospedaje tendría esta característica.

Tabla 11. Pregunta 07 Cuestionario Expectativas

¿Cree que D' Osma Bed & Breakfast prestará un buen servicio de forma constante durante toda su estadía?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	3	15,0	15,0	15,0
	Muy de acuerdo	6	30,0	30,0	45,0
	Totalmente de acuerdo	11	55,0	55,0	100,0

¿Cree que D' Osma Bed & Breakfast prestará un buen servicio de forma constante durante toda su estadía?

Categoría	Porcentaje
De acuerdo	15,0
Muy de acuerdo	30,0
Totalmente de acuerdo	55,0

Válido	Total	20	100,0	100,0	
--------	-------	----	-------	-------	--

Fuente: *Elaboración propia (2017)*

Gráfico 10. Pregunta 07 Cuestionario Expectativas

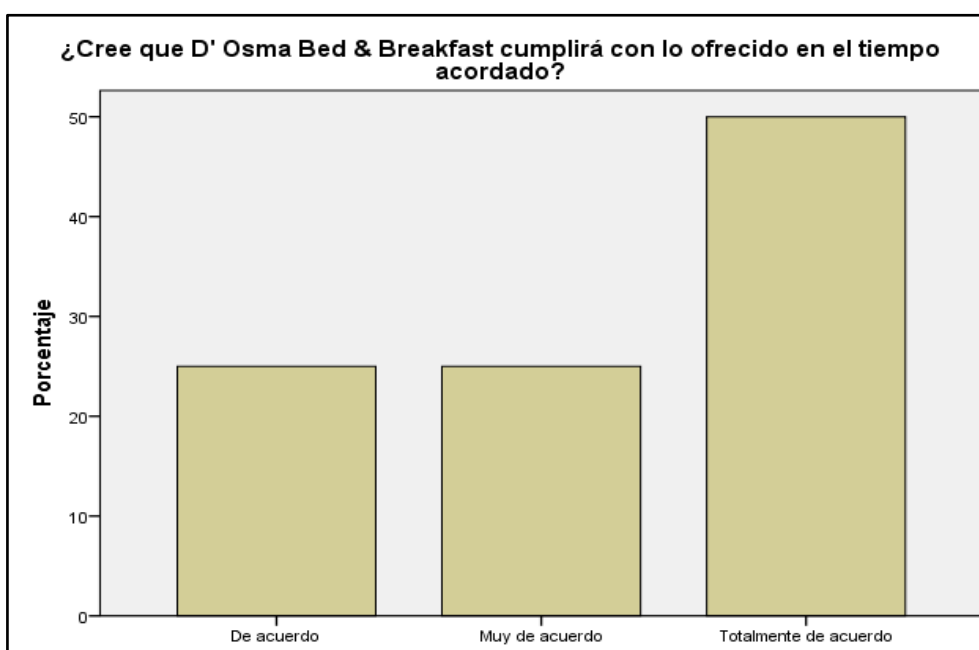
Fuente: *Elaboración propia (2017)*

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus expectativas, antes de su llegada al hospedaje, el 55% estuvo totalmente de

acuerdo con que D' Osma Bed & Breakfast prestaría un buen servicio de forma constante durante toda su estadía, el 30 % indicó estar muy de acuerdo y el 15% se mostró de acuerdo con que el hospedaje tendría esta característica.

Tabla 12. Pregunta 08 Expectativas

¿Cree que D' Osma Bed & Breakfast cumplirá con lo ofrecido en el tiempo acordado?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	5	25,0	25,0	25,0
	Muy de acuerdo	5	25,0	25,0	50,0
	Totalmente de acuerdo	10	50,0	50,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	



Fuente: Elaboración propia (2017)

Gráfico 11. Pregunta 08 Expectativas

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus expectativas, antes de su llegada al hospedaje, el 50% de los encuestados se mostró totalmente de acuerdo con que D' Osma Bed & Breakfast cumpliría con lo

ofrecido en el tiempo acordado, un 25% estuvo de acuerdo y otro 25% se mostró muy de acuerdo con que el hospedaje tendría esta característica.

Tabla 13. Pregunta 09 Cuestionario Expectativas

¿Cree que en D' Osma Bed & Breakfast serán cuidadosos en no cometer errores en sus registros o documentos durante su estadía?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	2	10,0	10,0	10,0
	Muy de acuerdo	8	40,0	40,0	50,0
	Totalmente de acuerdo	10	50,0	50,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2017)

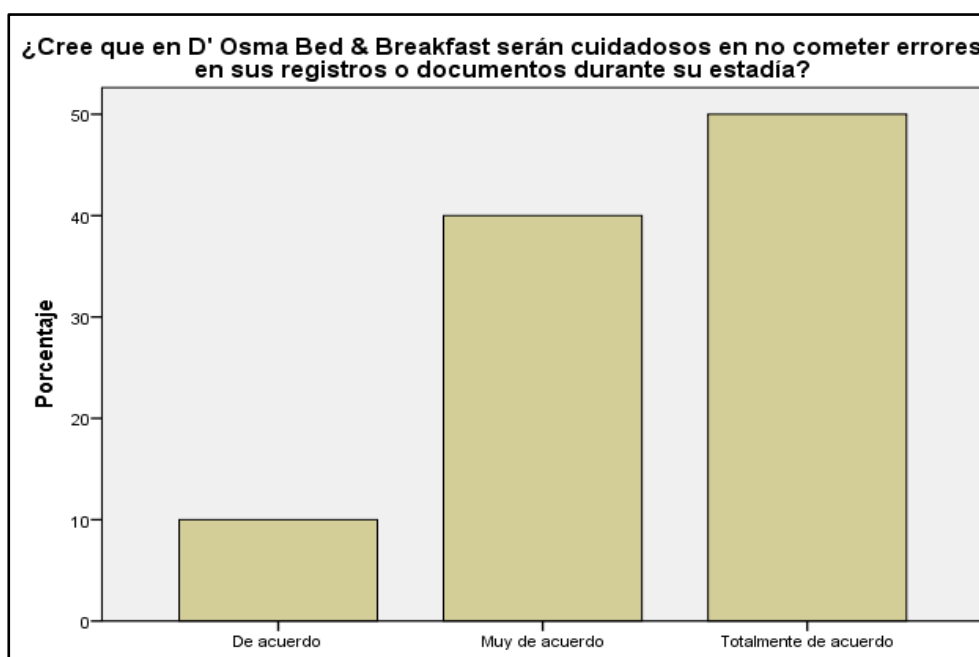


Gráfico 12. Pregunta 09 Cuestionario Expectativas

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus expectativas, antes de su llegada al hospedaje, el 50% de los encuestados se mostró totalmente de acuerdo con que en D' Osma Bed & Breakfast serían cuidadosos en no cometer errores en sus registros o documentos durante su

estadía, el 40% indicó estar muy de acuerdo, mientras que el 10% se manifestó de acuerdo con que el hospedaje tendría esta característica.

Tabla 14. Pregunta 10 Cuestionario Expectativas

¿Cree que el staff de D' Osma Bed & Breakfast le informará puntualmente y con sinceridad sobre todas las condiciones del servicio?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	6	30,0	30,0	30,0
	Muy de acuerdo	5	25,0	25,0	55,0
	Totalmente de acuerdo	9	45,0	45,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2017)

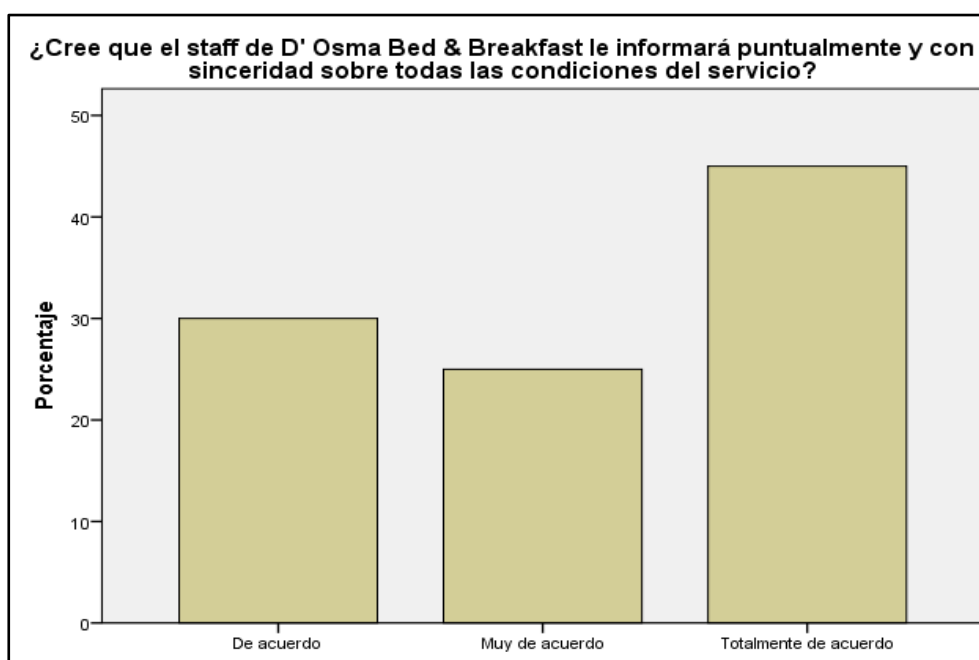


Gráfico 13. Pregunta 10 Cuestionario Expectativas

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus expectativas, antes de su llegada al hospedaje, el 45% de los encuestados se mostró totalmente de acuerdo con la premisa.

Dicha premisa indica que el staff de D' Osma Bed & Breakfast le informaría puntualmente y con sinceridad sobre todas las condiciones del servicio. Un 30% indicó estar de acuerdo y el 25% se mostró muy de acuerdo con que el staff del hospedaje tendría esa característica.

Tabla 15. Pregunta 11 Cuestionario Expectativas

¿Cree que el staff de D' Osma Bed & Breakfast ofrecerá un servicio rápido y eficiente?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	1	5,0	5,0	5,0
	Indeciso	1	5,0	5,0	10,0
	De acuerdo	4	20,0	20,0	30,0
	Muy de acuerdo	6	30,0	30,0	60,0
	Totalmente de acuerdo	8	40,0	40,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2017)

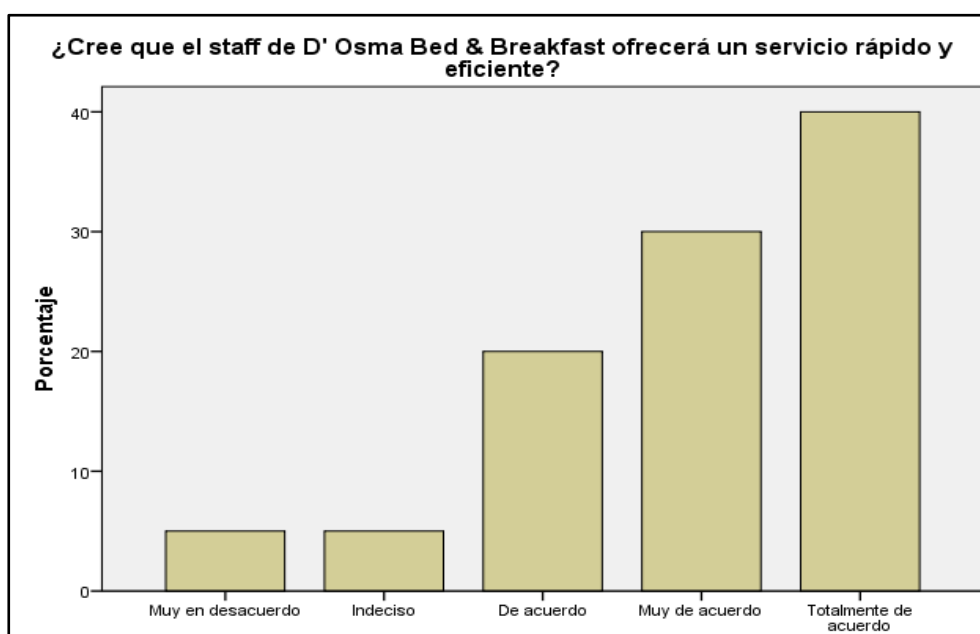


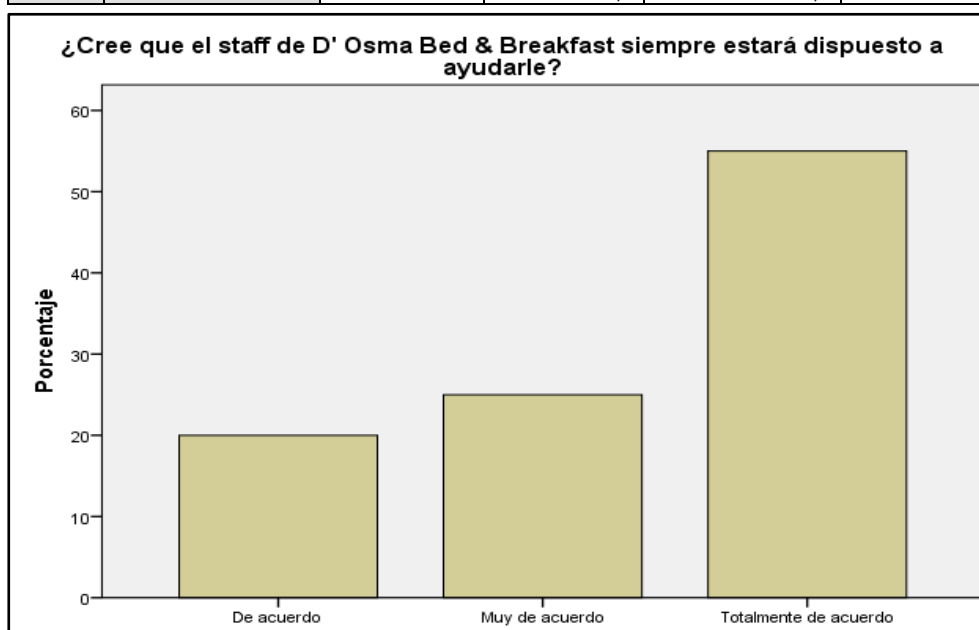
Gráfico 14. Pregunta 11 Cuestionario Expectativas

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus expectativas, antes de su llegada al hospedaje, el 40% de los encuestados se mostró totalmente de acuerdo con que el staff de D' Osma Bed & Breakfast le ofrecería un servicio rápido y eficiente, el 30% indicó estar muy de acuerdo, un 20% estuvo de acuerdo, mientras que un 5% se mostró estar indeciso y otro 5% estuvo muy en desacuerdo con que el staff del hospedaje tendría esta característica.

Tabla 16. Pregunta 12 Cuestionario Expectativas

¿Cree que el staff de D' Osma Bed & Breakfast siempre estará dispuesto a ayudarle?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	4	20,0	20,0	20,0
	Muy de acuerdo	5	25,0	25,0	45,0
	Totalmente de acuerdo	11	55,0	55,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	



Fuente: Elaboración propia (2017)

Gráfico 15. Pregunta 12 Cuestionario Expectativas

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus expectativas, antes de su llegada al hospedaje, el 55% de los encuestados se mostró totalmente de acuerdo con que el staff de D' Osma Bed & Breakfast siempre estaría dispuesto a ayudarle, el 25% indicó estar muy de acuerdo y un 20% estuvo de acuerdo con que el staff del hospedaje tendría esta característica.

Tabla 17. Pregunta 13 Cuestionario Expectativas

¿Cree que el staff de D' Osma Bed & Breakfast dedicará tiempo necesario para responder a sus preguntas?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	3	15,0	15,0	15,0
	Muy de acuerdo	5	25,0	25,0	40,0
	Totalmente de acuerdo	12	60,0	60,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2017)

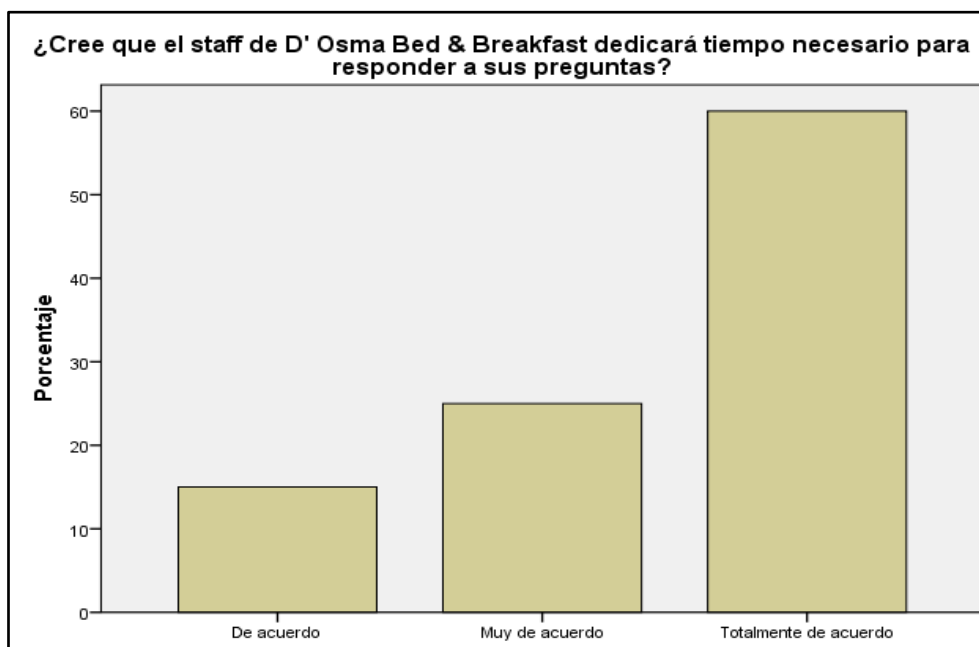


Gráfico 16. Pregunta 13 Cuestionario Expectativas

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus expectativas, antes de su llegada al hospedaje, el 60% de los encuestados se mostró totalmente de acuerdo con que el staff de D' Osma Bed & Breakfast dedicaría tiempo necesario para responder a sus preguntas, 25% estuvo muy de acuerdo y el 15% indicó estar de acuerdo con que el staff del hospedaje tendría esta característica.

Tabla 18. Pregunta 14 Cuestionario Expectativas

¿Cree que el comportamiento del staff de D' Osma Bed & Breakfast le transmitirá confianza?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	5,0	5,0	5,0
	Indeciso	1	5,0	5,0	10,0
	De acuerdo	4	20,0	20,0	30,0
	Muy de acuerdo	5	25,0	25,0	55,0
	Totalmente de acuerdo	9	45,0	45,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2017)

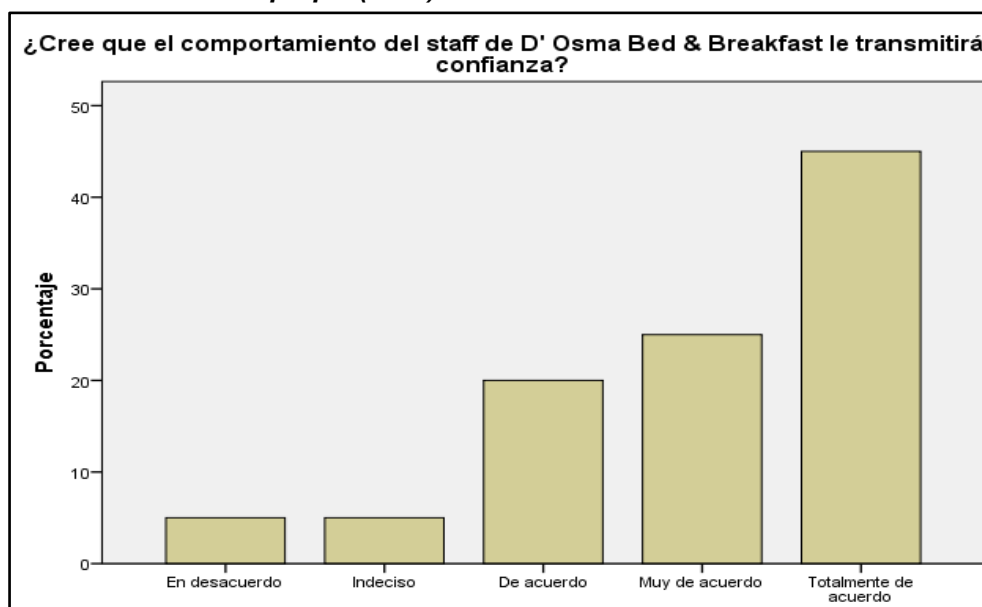


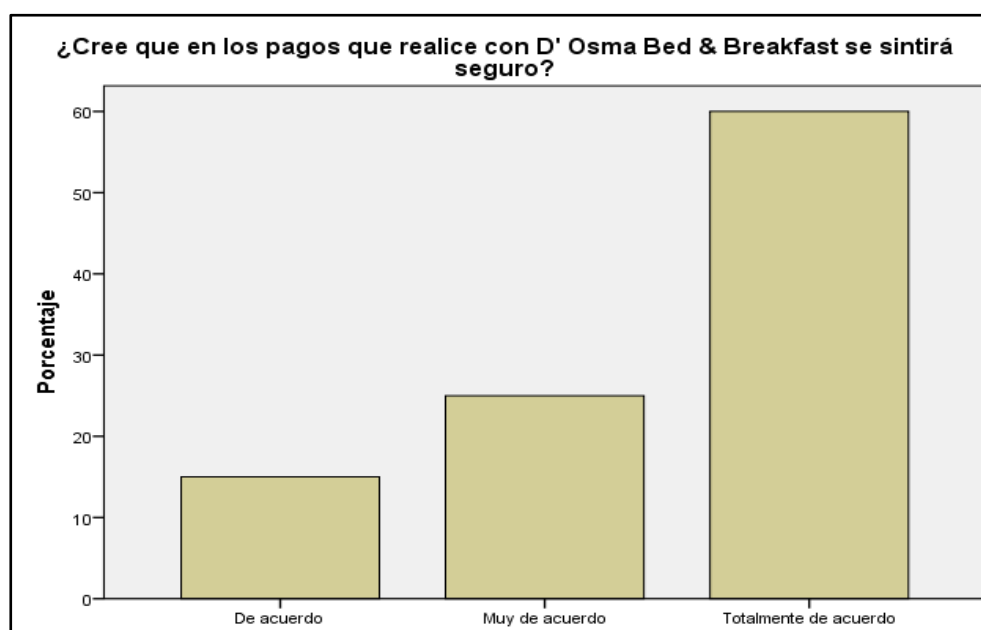
Gráfico 17. Pregunta 14 Cuestionario Expectativas

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus expectativas, antes de su llegada al hospedaje, el 45% de los encuestados indicó estar totalmente de acuerdo con que el comportamiento del staff de D' Osma Bed & Breakfast le transmitiría confianza, el 25% se mostró muy de acuerdo, mientras que 20% estuvo de acuerdo, un 5% indicó estar indeciso y otro 5% estuvo en desacuerdo con que el staff del hospedaje tendría esta característica.

Tabla 19. Pregunta 15 Cuestionario Expectativas

¿Cree que en los pagos que realice con D' Osma Bed & Breakfast se sentirá seguro?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	3	15,0	15,0	15,0
	Muy de acuerdo	5	25,0	25,0	40,0
	Totalmente de acuerdo	12	60,0	60,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	



Fuente: Elaboración propia (2017)

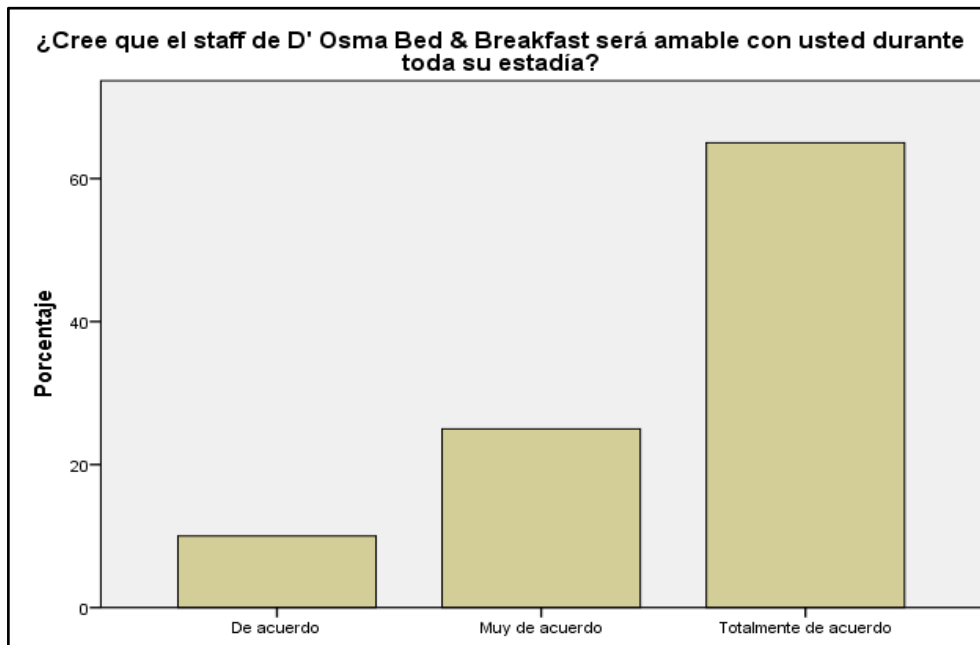
Gráfico 18. Pregunta 15 Cuestionario Expectativas

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus expectativas, antes de su llegada al hospedaje, el 60% de los encuestados se mostró totalmente de acuerdo con que se sentiría seguro en los pagos que realizara con D' Osma Bed & Breakfast, 25% se mostró muy de acuerdo y el 15% indicó estar de acuerdo con la premisa.

Tabla 20. Pregunta 16 Cuestionario Expectativas

¿Cree que el staff de D' Osma Bed & Breakfast será amable con usted durante toda su estadía?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	2	10,0	10,0	10,0
	Muy de acuerdo	5	25,0	25,0	35,0
	Totalmente de acuerdo	13	65,0	65,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	



Fuente: Elaboración propia (2017)

Gráfico 19. Pregunta 16 Cuestionario Expectativas

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus expectativas, antes de su llegada al hospedaje, el 65% de los encuestados se mostró totalmente de acuerdo con que el staff de D' Osma Bed & Breakfast sería amable con él/ella durante toda su estadía, 25% indicó estar muy de acuerdo y un 10% estuvo de acuerdo con que el staff del hospedaje tendría esta característica.

Tabla 21. Pregunta 17 Cuestionario Expectativas

¿Cree que el staff de D' Osma Bed & Breakfast tendrá conocimiento suficiente para responder a sus preguntas?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	5	25,0	25,0	25,0
	Muy de acuerdo	5	25,0	25,0	50,0
	Totalmente de acuerdo	10	50,0	50,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2017)

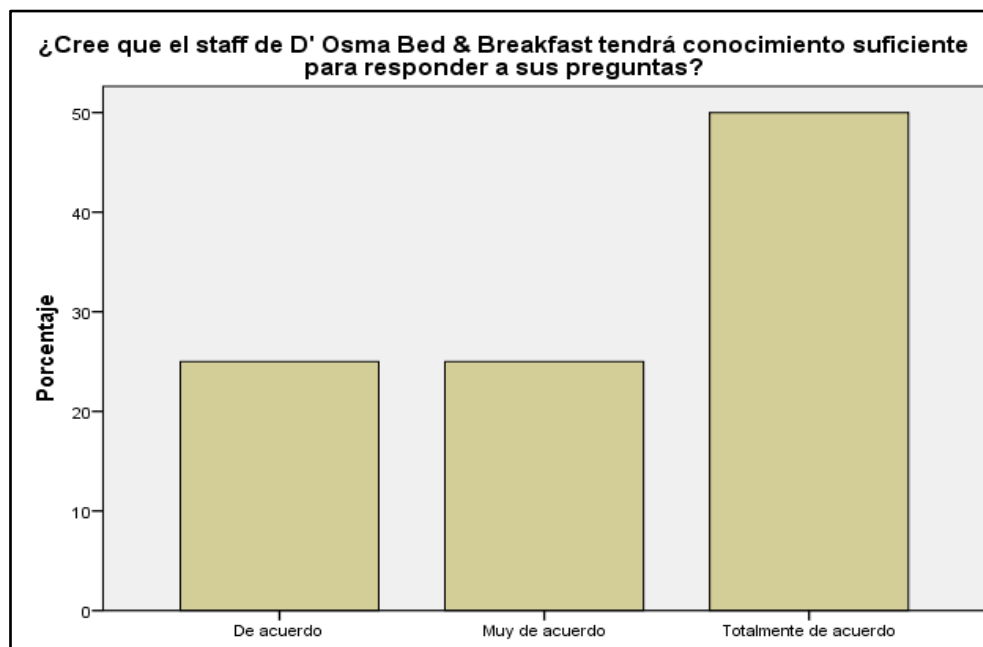


Gráfico 20. Pregunta 17 Cuestionario Expectativas

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus expectativas, antes de su llegada al hospedaje, el 50% de los encuestados se mostró totalmente de acuerdo con que el staff de D' Osma Bed & Breakfast tendría conocimiento suficiente para responder a sus preguntas, un 25% estuvo muy de acuerdo y otro 25% indicó estar de acuerdo con que el staff del hospedaje tendría esta característica.

Tabla 22. Pregunta 18 Cuestionario Expectativas

¿Cree que el staff de D' Osma Bed & Breakfast estará pendiente de todas sus solicitudes?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	3	15,0	15,0	15,0
	Muy de acuerdo	9	45,0	45,0	60,0
	Totalmente de acuerdo	8	40,0	40,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2017)

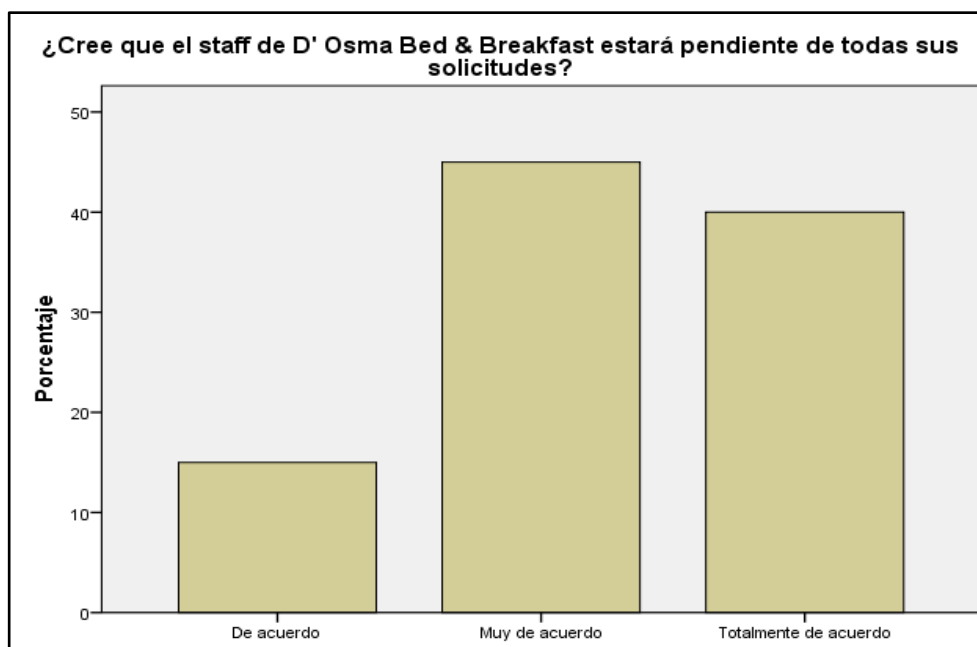


Gráfico 21. Pregunta 18 Cuestionario Expectativas

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus expectativas, antes de su llegada al hospedaje, 45% de los encuestados se mostró muy de acuerdo con que el staff de D' Osma Bed & Breakfast estaría pendiente de todas sus solicitudes, el 40% indicó estar totalmente de acuerdo y un 15% se mostró de acuerdo con que el hospedaje tendría esta característica.

Tabla 23. Pregunta 19 Cuestionario Expectativas

¿Cree que los horarios de los servicios en D' Osma Bed & Breakfast serán adecuados?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	2	10,0	10,0	10,0
	Muy de acuerdo	8	40,0	40,0	50,0
	Totalmente de acuerdo	10	50,0	50,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2017)

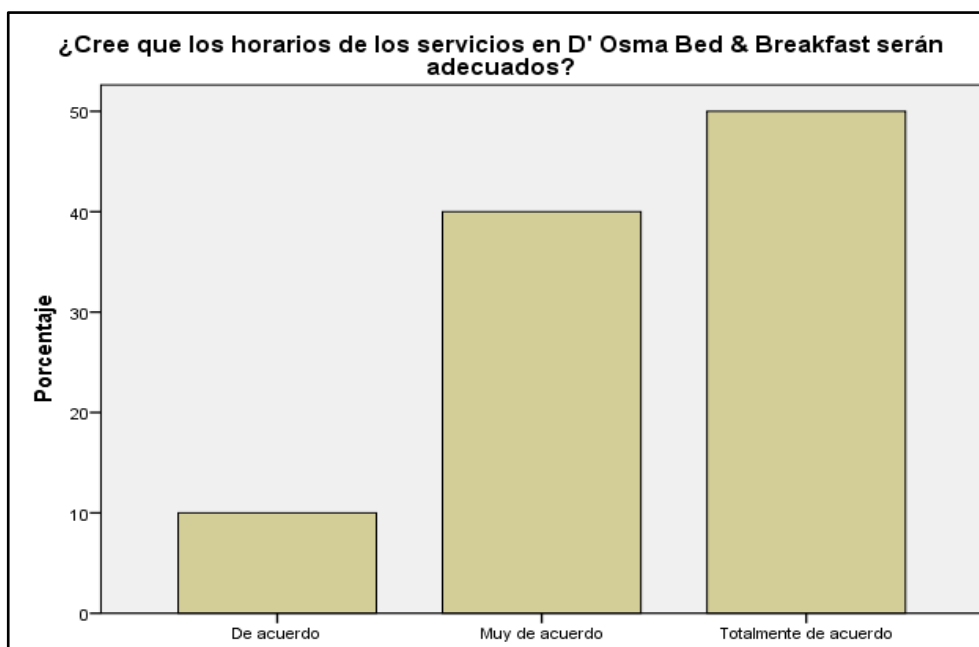


Gráfico 22. Pregunta 19 Cuestionario Expectativas

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus expectativas, antes de su llegada al hospedaje, el 50% se mostró totalmente de acuerdo con que los horarios de los servicios en D' Osma Bed & Breakfast serían adecuados, 40% indicó estar muy de acuerdo, mientras que un 10% estuvo de acuerdo con que el hospedaje tendría esta característica.

Tabla 24. Pregunta 20 Cuestionario Expectativas

¿Cree que el staff de D' Osma Bed & Breakfast le ofrecerá información y atención personalizada?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	4	20,0	20,0	20,0
	Muy de acuerdo	10	50,0	50,0	70,0
	Totalmente de acuerdo	6	30,0	30,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2017)

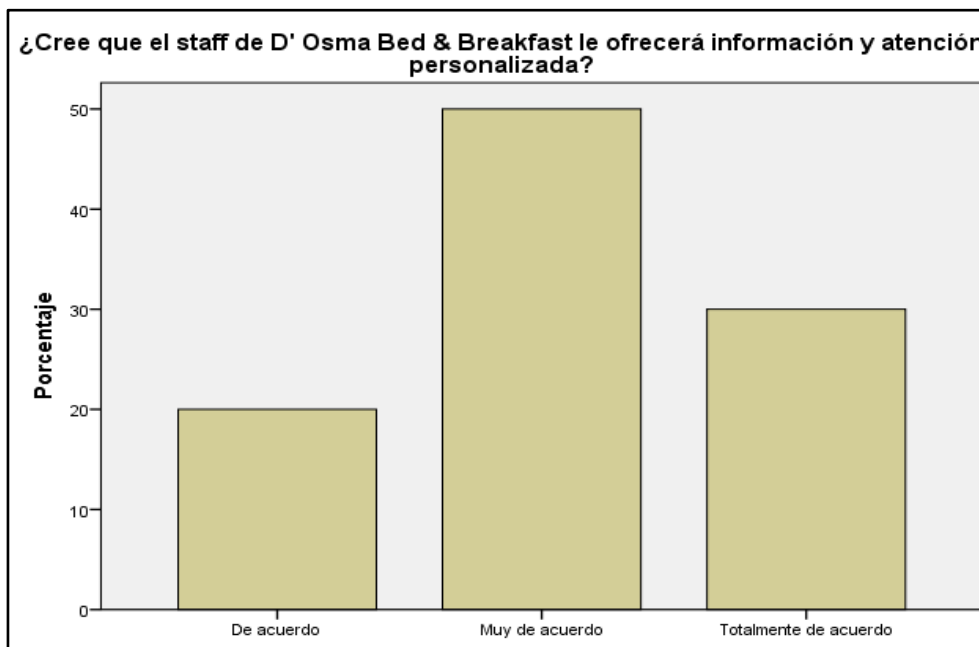


Gráfico 23. Pregunta 20 Cuestionario Expectativas

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus expectativas, antes de su llegada al hospedaje, el 50% de los encuestados se mostró muy de acuerdo con que el staff de D' Osma Bed & Breakfast le ofrecería información y atención personalizada, mientras que el 30% indicó estar totalmente de acuerdo y un 20% estuvo de acuerdo con que el staff del establecimiento tendría esta característica.

Tabla 25. Pregunta 21 Cuestionario Expectativas

¿Cree que el staff de D' Osma Bed & Breakfast buscará lo mejor para sus intereses?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	3	15,0	15,0	15,0
	Muy de acuerdo	11	55,0	55,0	70,0
	Totalmente de acuerdo	6	30,0	30,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2017)

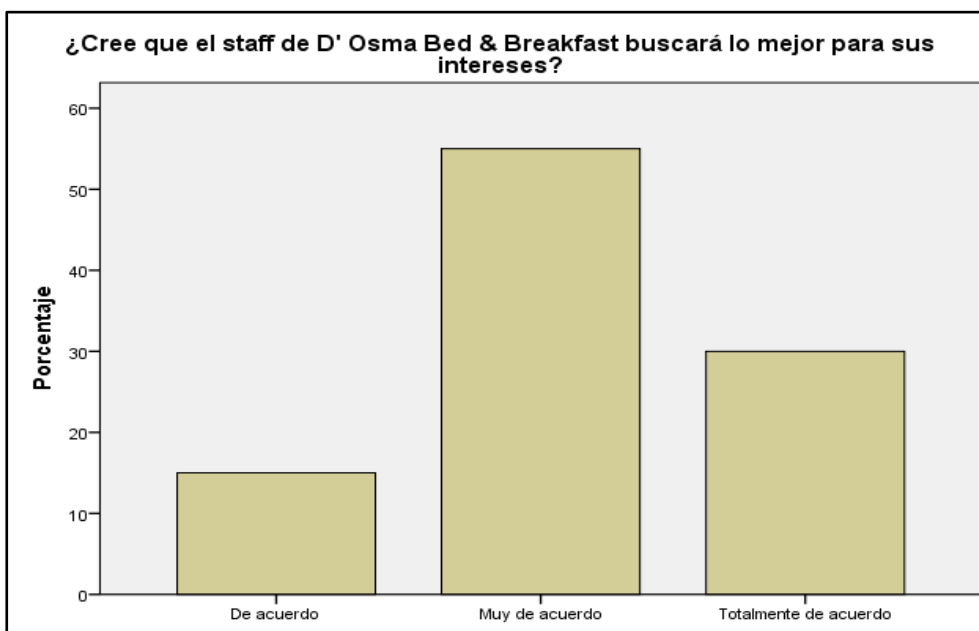


Gráfico 24. Pregunta 21 Cuestionario Expectativas

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus expectativas, antes de su llegada al hospedaje, el 55% de los encuestados se mostró muy de acuerdo con que el staff de D' Osma Bed & Breakfast buscaría lo mejor para sus intereses (de los huéspedes), el 30% indicó estar totalmente de acuerdo y un 15% estuvo de acuerdo con que el staff del establecimiento tendría esta característica.

Tabla 26. Pregunta 22 Cuestionario Expectativas

¿Cree que el staff de D' Osma Bed & Breakfast comprenderá sus necesidades específicas durante su estadía?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	4	20,0	20,0	20,0
	Muy de acuerdo	9	45,0	45,0	65,0
	Totalmente de acuerdo	7	35,0	35,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2017)



Gráfico 25. Pregunta 22 Cuestionario Expectativas

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus expectativas, antes de su llegada al hospedaje, el 45% se mostró muy de acuerdo con que el staff del hospedaje de D' Osma Bed & Breakfast comprendería sus necesidades específicas durante su estadía, 35% indicó estar totalmente de acuerdo y un 20% estuvo de acuerdo con que el staff del establecimiento tendría esta característica.

4.1.1.2 Resultados de la aplicación del cuestionario “Percepciones”

De los datos recolectados el mes de junio, en la aplicación de la segunda parte de la encuesta, en la cual se midieron las percepciones de los huéspedes, los resultados fueron:

Tabla 27. Pregunta 01 Cuestionario Percepciones

¿D' Osma Bed & Breakfast tiene mobiliario de aspecto moderno?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	5,0	5,0	5,0
	Indeciso	2	10,0	10,0	15,0
	De acuerdo	6	30,0	30,0	45,0
	Muy de acuerdo	7	35,0	35,0	80,0
	Totalmente de acuerdo	4	20,0	20,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia (2017)*

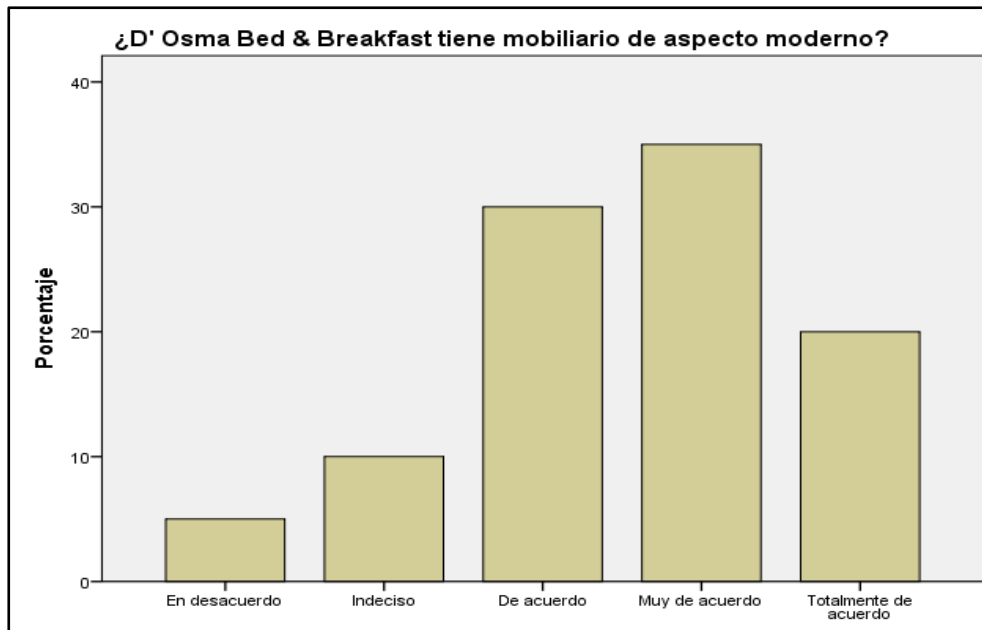


Gráfico 26. Pregunta 01 Cuestionario Percepciones

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus percepciones, antes de su check out, el 35% de los encuestados manifestó estar muy de acuerdo con que D' Osma Bed & Breakfast tiene mobiliario de aspecto moderno, 30% indicó estar de acuerdo, mientras que un 10% se mostró indeciso y un 5% estuvo en desacuerdo con que el hospedaje tiene esta característica.

Tabla 28. Pregunta 02 Cuestionario Percepciones

¿Las habitaciones e instalaciones de D' Osma Bed & Breakfast son cómodas y atractivas?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indeciso	2	10,0	10,0	10,0
	De acuerdo	3	15,0	15,0	25,0
	Muy de acuerdo	9	45,0	45,0	70,0
	Totalmente de acuerdo	6	30,0	30,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2017)

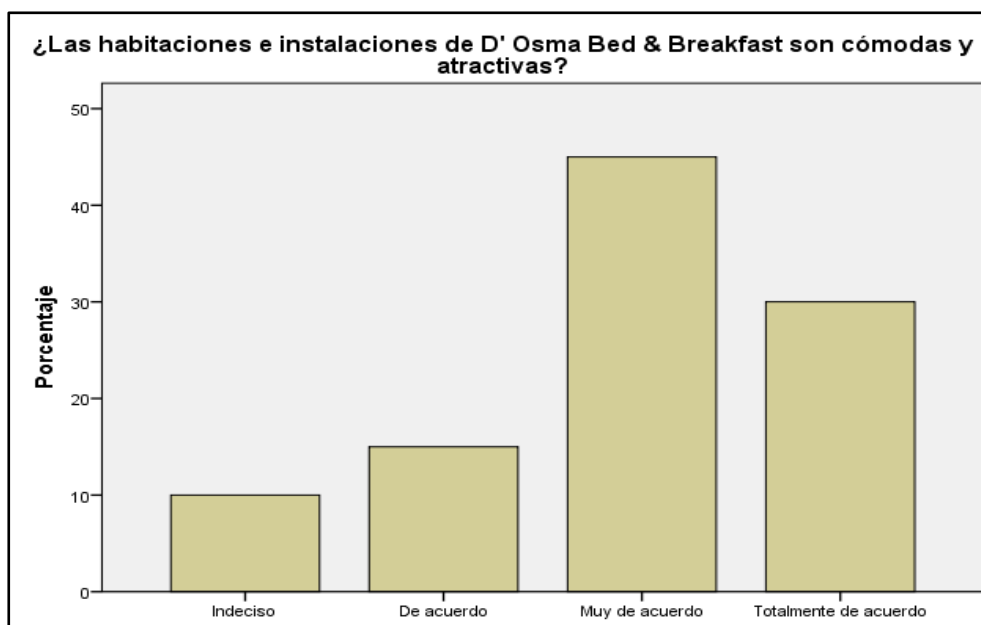


Gráfico 27. Pregunta 02 Cuestionario Percepciones

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus percepciones, antes de su salida del hospedaje, el 45% se mostró muy de acuerdo con que D' Osma Bed & Breakfast tiene habitaciones e instalaciones cómodas y atractivas, 30% indicó estar totalmente de acuerdo, mientras que un 15% estuvo de acuerdo y el 10% se mostró indeciso en indicar que el hospedaje tiene esta característica.

Tabla 29. Pregunta 03 Cuestionario Percepciones

¿El staff de D' Osma Bed & Breakfast tiene una buena imagen personal?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	2	10,0	10,0	10,0
	Totalmente de acuerdo	18	90,0	90,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2017)

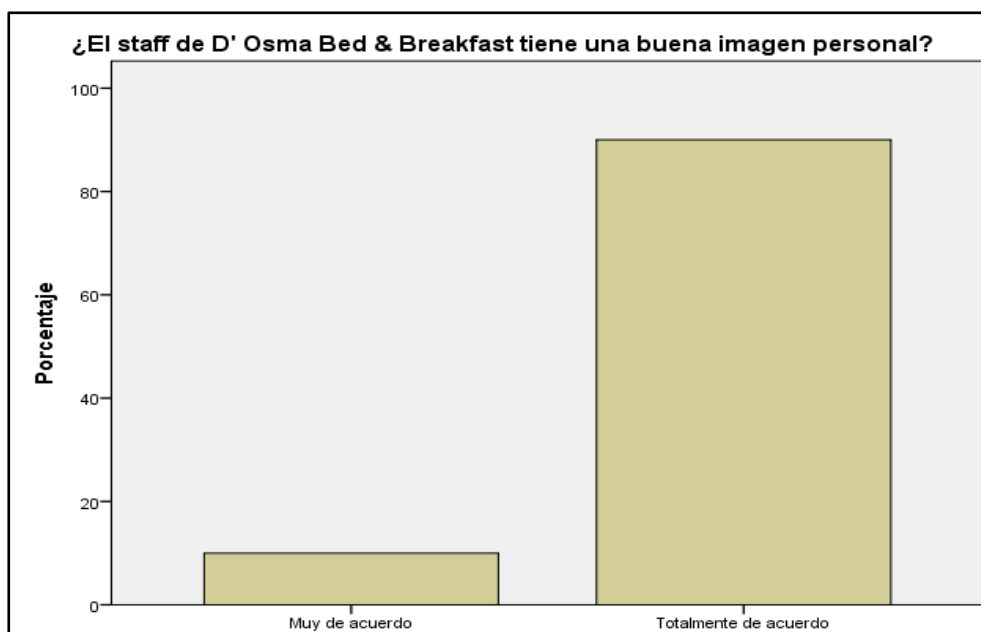


Gráfico 28. Pregunta 03 Cuestionario Percepciones

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus percepciones, antes de su salida del hospedaje, el 90% de los encuestados se mostró totalmente de acuerdo con que el staff de D' Osma Bed & Breakfast tiene una buena imagen personal, mientras que un 10% indicó estar muy de acuerdo con que el staff del hospedaje tiene esta característica.

Tabla 30. Pregunta 04 Cuestionario Percepciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indeciso	3	15,0	15,0	15,0
	De acuerdo	1	5,0	5,0	20,0
	Muy de acuerdo	12	60,0	60,0	80,0
	Totalmente de acuerdo	4	20,0	20,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2017)

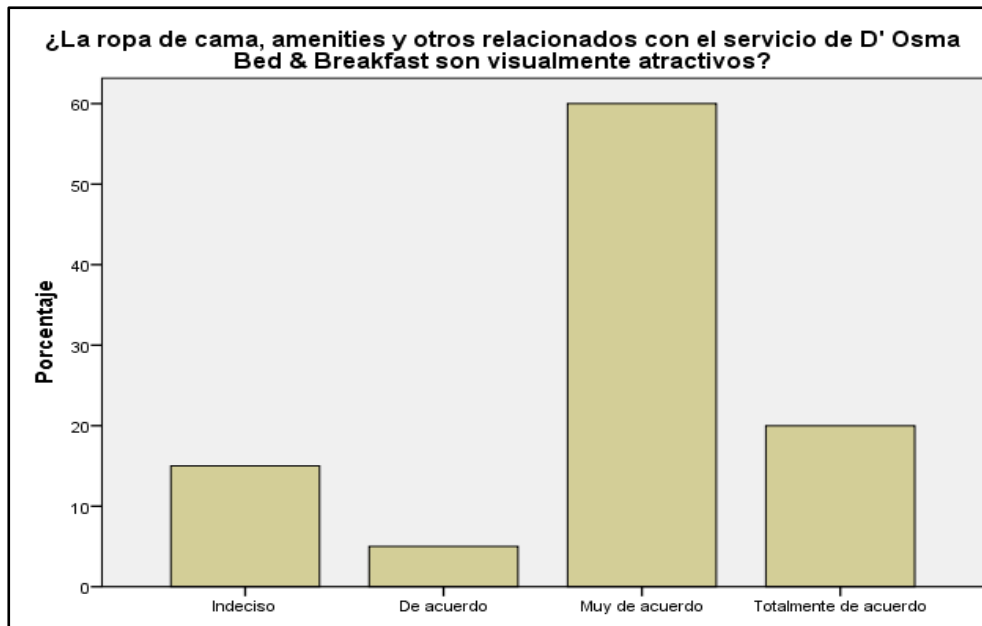


Gráfico 29. Pregunta 04 Cuestionario Percepciones

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus percepciones, antes de su salida del hospedaje, el 60% de los encuestados indicó estar muy de acuerdo con que la ropa de cama, amenities y otros relacionados con el servicio de D' Osma Bed & Breakfast son visualmente atractivos, 20% se mostró totalmente de acuerdo, mientras que el 15% se manifestó indeciso y un 5% estuvo de acuerdo con que el hospedaje tiene esta característica.

Tabla 31. Pregunta 05 Cuestionario Percepciones

¿Cuando D' Osma Bed & Breakfast se comprometió a hacer algo en cierto tiempo, lo hizo?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	2	10,0	10,0	10,0
	Totalmente de acuerdo	18	90,0	90,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2017)

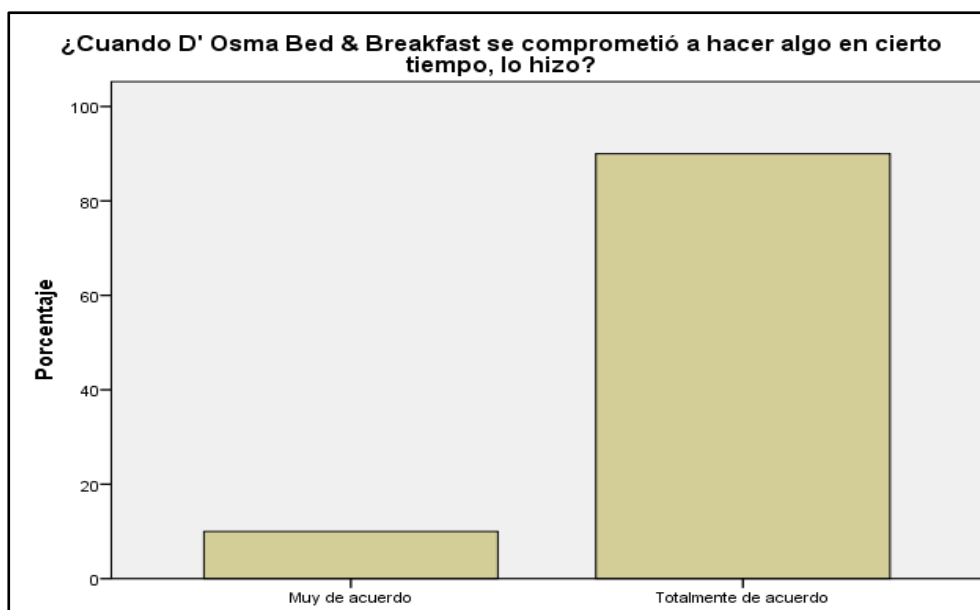


Gráfico 30. Pregunta 05 Cuestionario Percepciones

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus percepciones, antes de su salida del hospedaje, el 90% de los encuestados indicó estar totalmente de acuerdo con que, cuando D' Osma Bed & Breakfast se comprometió a hacer algo en cierto tiempo, lo hizo. Mientras que el 10% se mostró muy de acuerdo con que el hospedaje tiene esta característica.

Tabla 32. Pregunta 06 Cuestionario Percepciones

¿Ante algún problema o inconveniente en D' Osma Bed & Breakfast, el personal mostró un sincero interés en solucionarlo?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	1	5,0	5,0	5,0
	Totalmente de acuerdo	19	95,0	95,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2017)

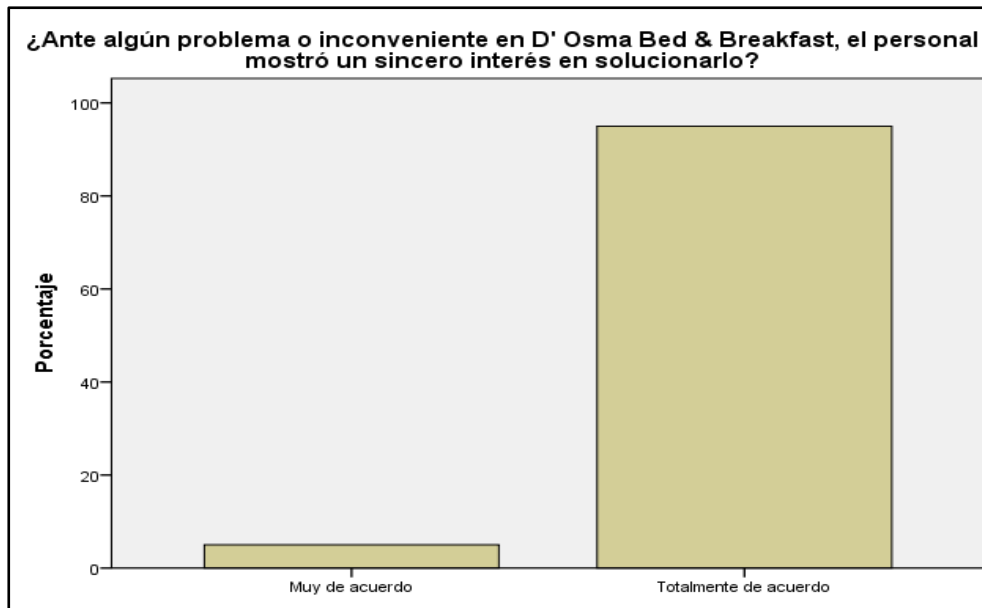


Gráfico 31. Pregunta 06 Cuestionario Percepciones

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus percepciones, antes de su salida del hospedaje, el 95% de los encuestados se manifestó totalmente de acuerdo con que ante algún problema o inconveniente en D' Osma Bed & Breakfast, el personal mostró un sincero interés en solucionarlo. Mientras que un 5% indicó estar muy de acuerdo con que el hospedaje tiene esta característica.

Tabla 33. Pregunta 07 Cuestionario Percepciones

¿D' Osma Bed & Breakfast prestó un buen servicio de forma constante durante toda su estadía?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	3	15,0	15,0	15,0
	Totalmente de acuerdo	17	85,0	85,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2017)

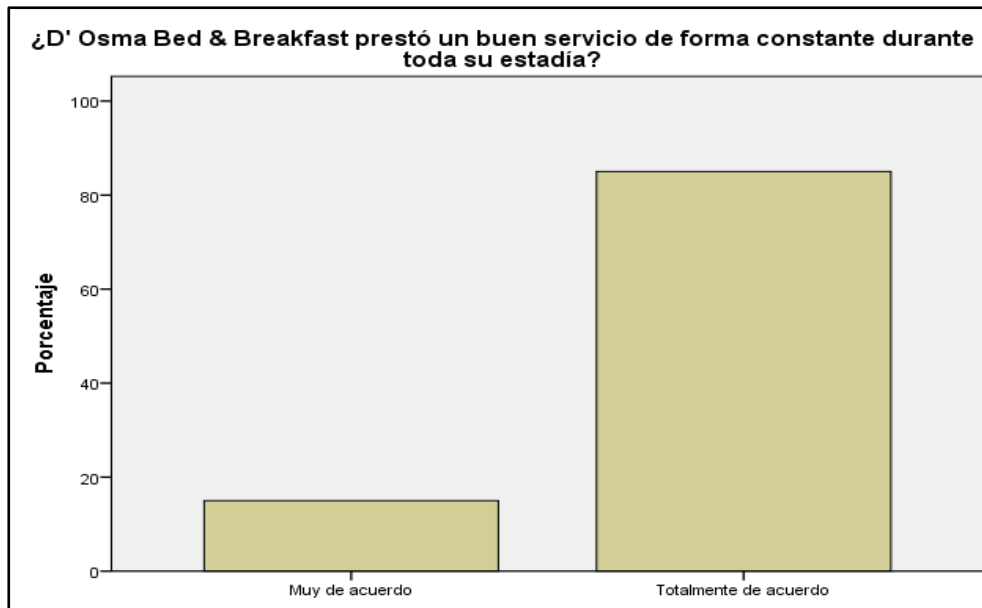


Gráfico 32. Pregunta 07 Cuestionario Percepciones

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus percepciones, antes de su salida del hospedaje, el 85% de los encuestados indicó estar totalmente de acuerdo con que D' Osma Bed & Breakfast prestó un buen servicio de forma constante durante toda su estadía. Mientras que un 15% se mostró muy de acuerdo con que el hospedaje tiene esta característica.

Tabla 34. Pregunta 08 Cuestionario Percepciones

¿D' Osma Bed & Breakfast cumplió con lo ofrecido en el tiempo acordado?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	4	20,0	20,0	20,0
	Totalmente de acuerdo	16	80,0	80,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2017)

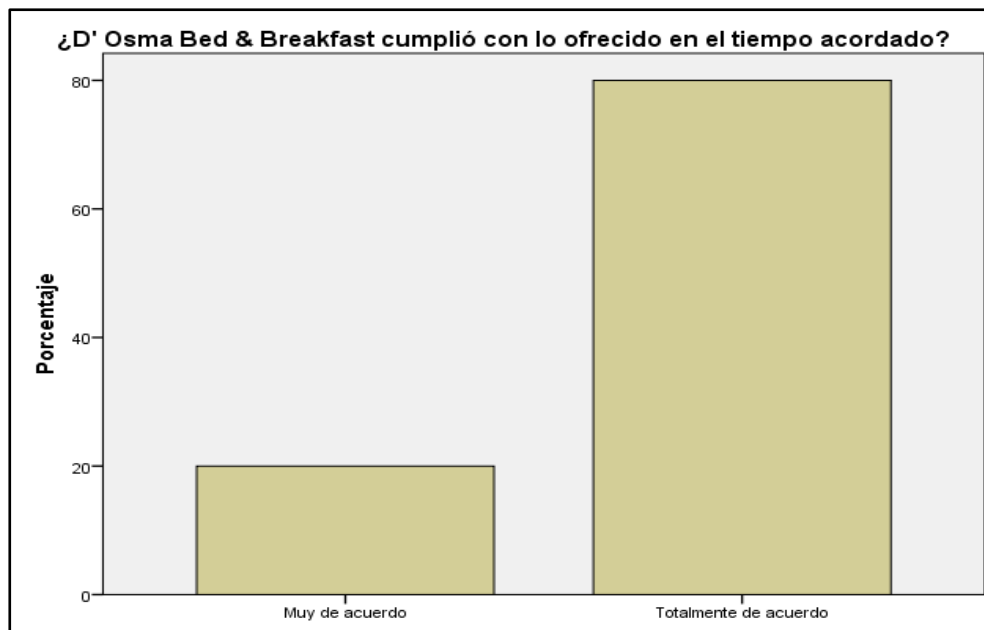


Gráfico 33. Pregunta 08 Cuestionario Percepciones

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus percepciones, antes de su salida del hospedaje, el 80% de los encuestados se mostró totalmente de acuerdo con que D' Osma Bed & Breakfast cumplió con lo ofrecido en el tiempo acordado, mientras que un 20% indicó estar muy de acuerdo con esta premisa.

Tabla 35. Pregunta 09 Cuestionario Percepciones

¿En D' Osma Bed & Breakfast fueron cuidadosos en no cometer errores en sus registros o documentos durante su estadía?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indeciso	1	5,0	5,0	5,0
	De acuerdo	1	5,0	5,0	10,0
	Muy de acuerdo	2	10,0	10,0	20,0
	Totalmente de acuerdo	16	80,0	80,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2017)

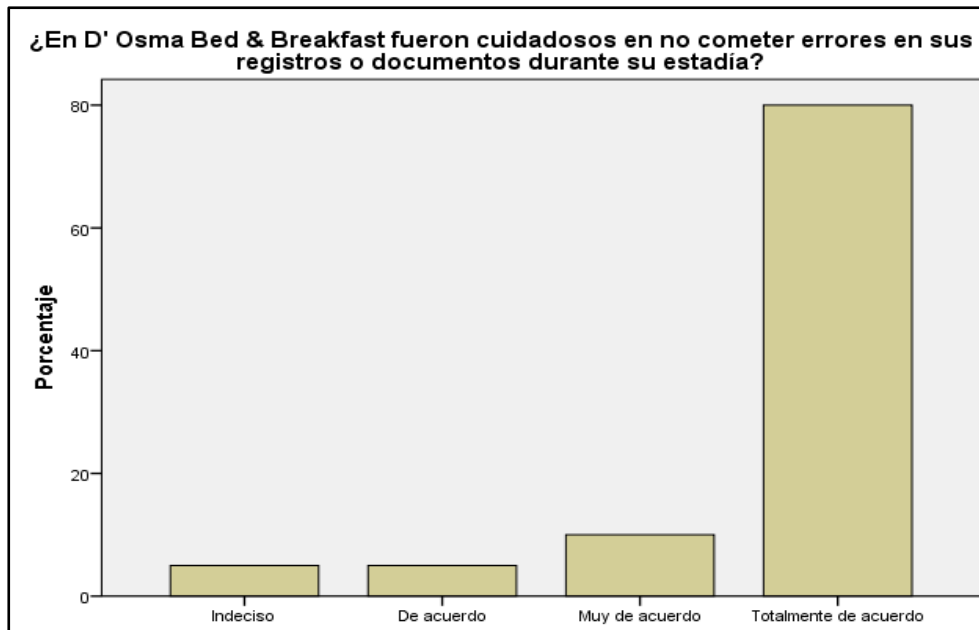


Gráfico 34. Pregunta 09 Cuestionario Percepciones

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus percepciones, antes de su salida del hospedaje, el 80% indicó estar totalmente de acuerdo con que en D' Osma Bed & Breakfast fueron cuidadosos en no cometer errores en sus registros o documentos durante su estadía, 10% se mostró muy de acuerdo, mientras que 5% estuvo de acuerdo y otro 5% se mostró indeciso en indicar que el hospedaje tiene esta característica.

Tabla 36. Pregunta 10 Cuestionario Percepciones

¿El staff de D' Osma Bed & Breakfast le informó puntualmente y con sinceridad sobre todas las condiciones del servicio?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	7	35,0	35,0	35,0
	Totalmente de acuerdo	13	65,0	65,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2017)

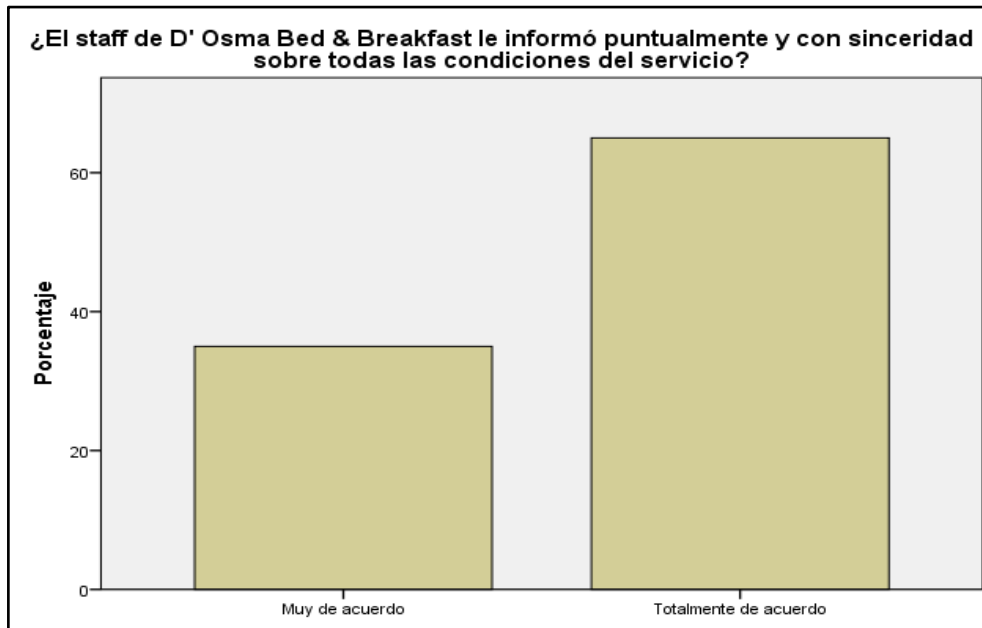


Gráfico 35. Pregunta 10 Cuestionario Percepciones

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus percepciones, antes de su salida del hospedaje, el 65% de los encuestados se mostró totalmente de acuerdo con que el staff de D' Osma Bed & Breakfast le informó puntualmente y con sinceridad sobre todas las condiciones del servicio, mientras que un 35% indicó estar muy de acuerdo con que el staff del hospedaje tiene esta característica.

Tabla 37. Pregunta 11 Cuestionario Percepciones

¿El staff de D' Osma Bed & Breakfast ofreció un servicio rápido y eficiente?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	1	5,0	5,0	5,0
	Totalmente de acuerdo	19	95,0	95,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2017)

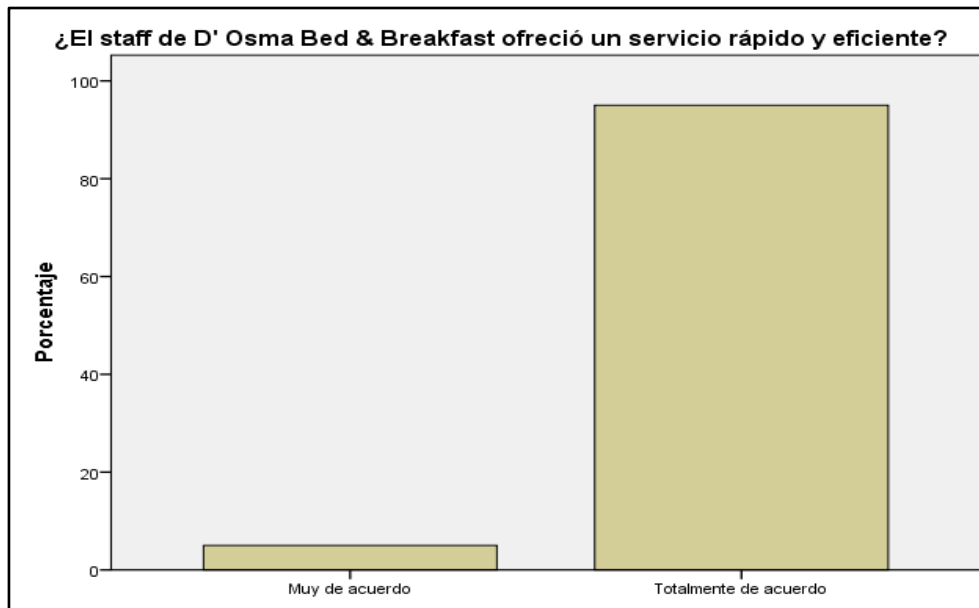


Gráfico 36. Pregunta 11 Cuestionario Percepciones

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus percepciones, antes de su salida del hospedaje, el 95% de los encuestados se mostró totalmente de acuerdo con que el staff de D' Osma Bed & Breakfast le ofreció un servicio rápido y eficiente, mientras que un 5% indicó estar muy de acuerdo con que el staff del hospedaje tiene esta característica.

Tabla 38. Pregunta 12 Cuestionario Percepciones

¿El staff de D' Osma Bed & Breakfast siempre estuvo dispuesto a ayudarlo?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	1	5,0	5,0	5,0
	Totalmente de acuerdo	19	95,0	95,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2017)

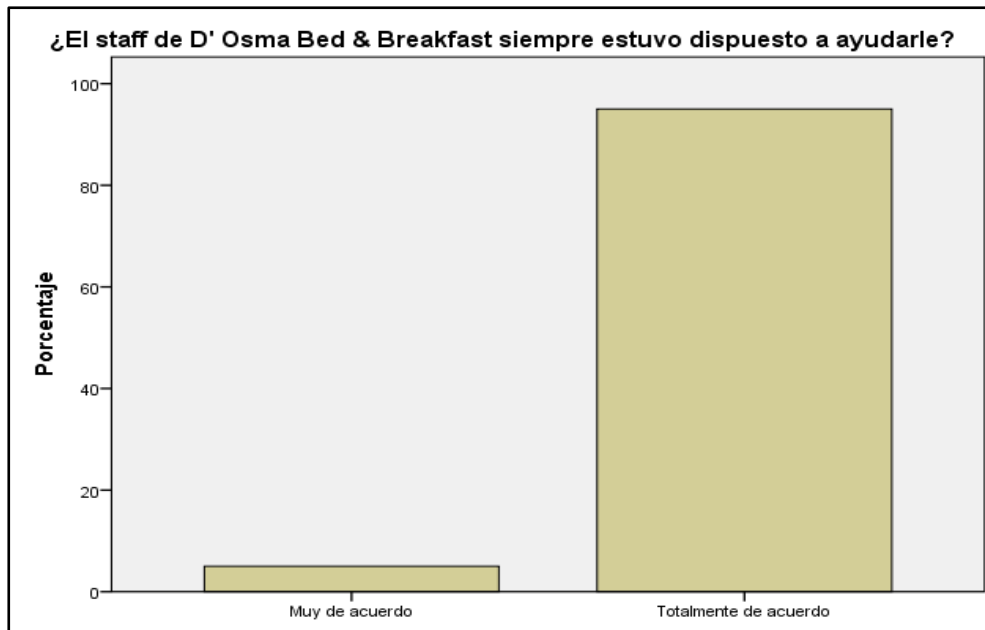


Gráfico 37. Pregunta 12 Cuestionario Percepciones

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus percepciones, antes de su salida del hospedaje, el 95% de los encuestados se mostró totalmente de acuerdo con que el staff de D' Osma Bed & Breakfast siempre estuvo dispuesto a ayudarle, mientras que un 5% indicó estar muy de acuerdo con que el staff del hospedaje mostró esta característica.

Tabla 39. Pregunta 13 Cuestionario Percepciones

¿El staff de D' Osma Bed & Breakfast dedicó tiempo necesario para responder a sus preguntas?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	2	10,0	10,0	10,0
	Totalmente de acuerdo	18	90,0	90,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2017)

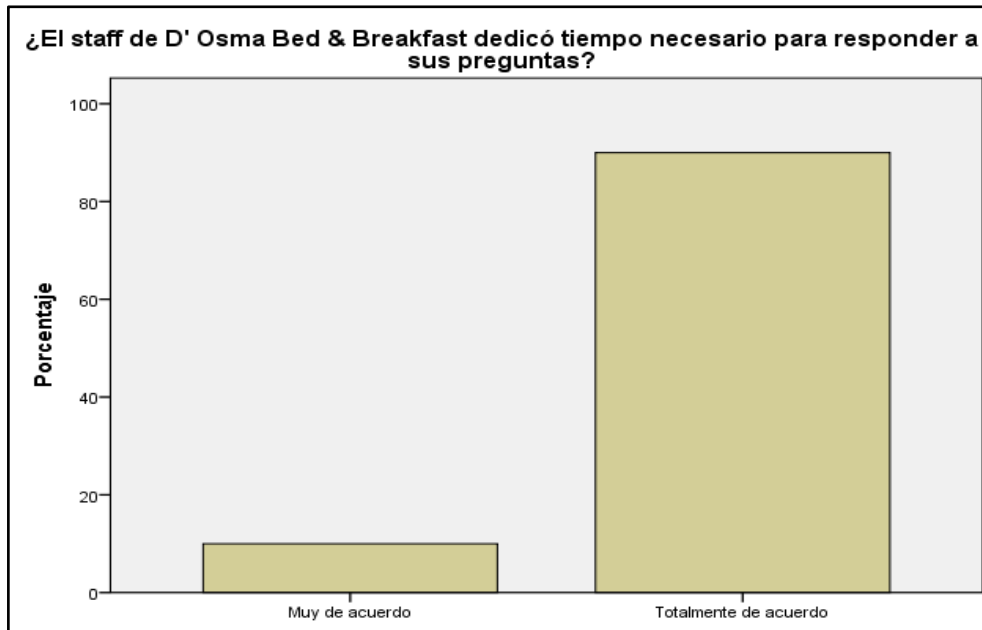


Gráfico 38. Pregunta 13 Cuestionario Percepciones

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus percepciones, antes de su salida del hospedaje, el 90% de los encuestados se mostró totalmente de acuerdo con que el staff de D' Osma Bed & Breakfast dedicó tiempo necesario para responder a sus preguntas, mientras que un 10% indicó estar muy de acuerdo con que el staff del hospedaje mostró esta característica.

Tabla 40. Pregunta 14 Cuestionario Percepciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	2	10,0	10,0	10,0
	Totalmente de acuerdo	18	90,0	90,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2017)

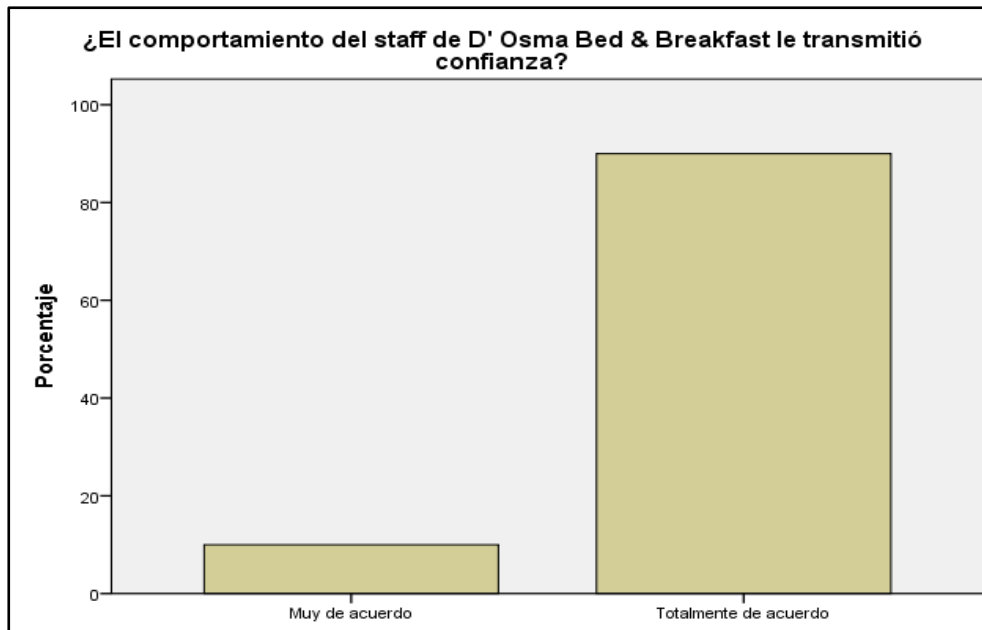


Gráfico 39. Pregunta 14 Cuestionario Percepciones

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus percepciones, antes de su salida del hospedaje, el 90% de los encuestados se mostró totalmente de acuerdo con que el comportamiento del staff de D' Osma Bed & Breakfast le transmitió confianza, mientras que un 10% indicó estar muy de acuerdo con que el staff del hospedaje mostró esta característica.

Tabla 41. Pregunta 15 Cuestionario Percepciones

¿En los pagos que realizó con D' Osma Bed & Breakfast se sintió seguro?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	4	20,0	20,0	20,0
	Totalmente de acuerdo	16	80,0	80,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2017)

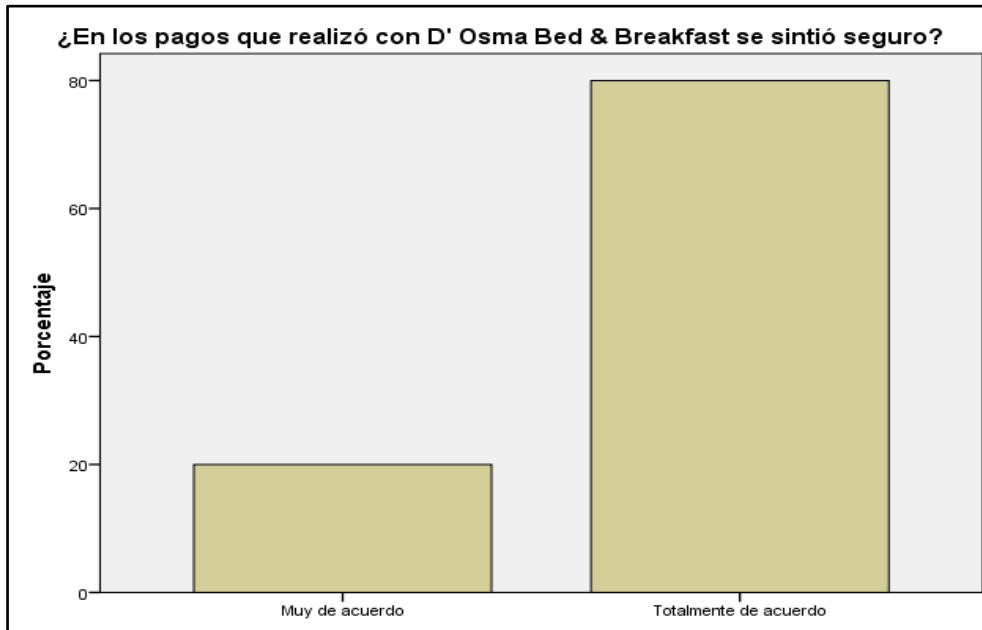


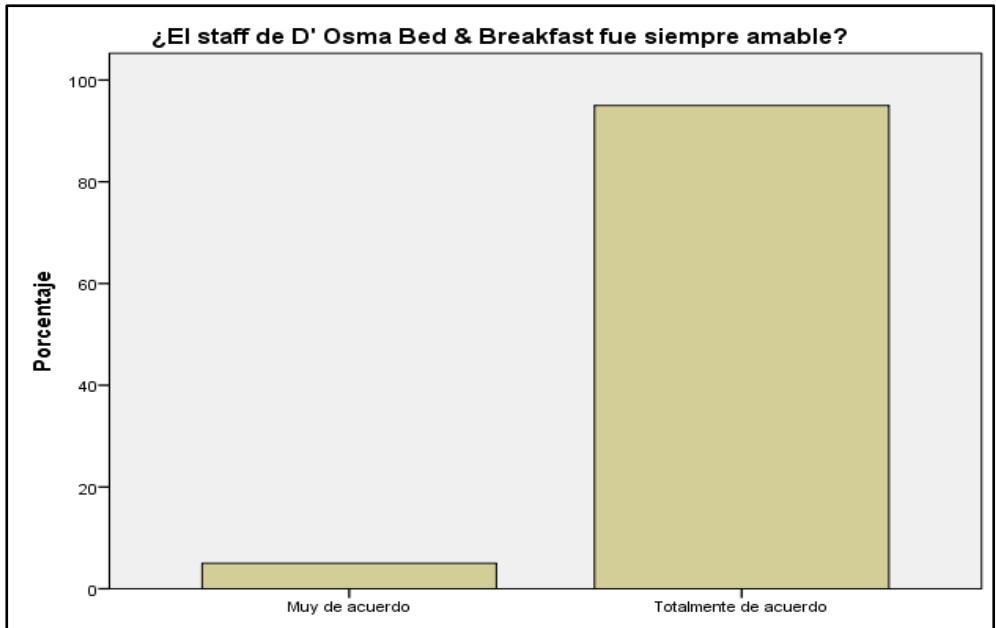
Gráfico 40. Pregunta 15 Cuestionario Percepciones

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus percepciones, antes de su salida del hospedaje, el 80% de los encuestados mostró estar totalmente de acuerdo con que en los pagos que realizó con D' Osma Bed & Breakfast se sintió seguro, mientras que un 20% indicó estar muy de acuerdo con esta premisa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	1	5,0	5,0	5,0
	Totalmente de acuerdo	19	95,0	95,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Tabla 42. Pregunta 16 Cuestionario Percepciones



Fuente: Elaboración propia (2017)

Gráfico 41. Pregunta 16 Cuestionario Percepciones

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus percepciones, antes de su salida del hospedaje, el 95% de los encuestados se mostró totalmente de acuerdo con que el staff de D' Osma Bed & Breakfast fue siempre amable, mientras que un 5% indicó estar muy de acuerdo con dicha premisa.

¿El staff de D' Osma Bed & Breakfast mostró conocimiento suficiente para responder a sus preguntas?

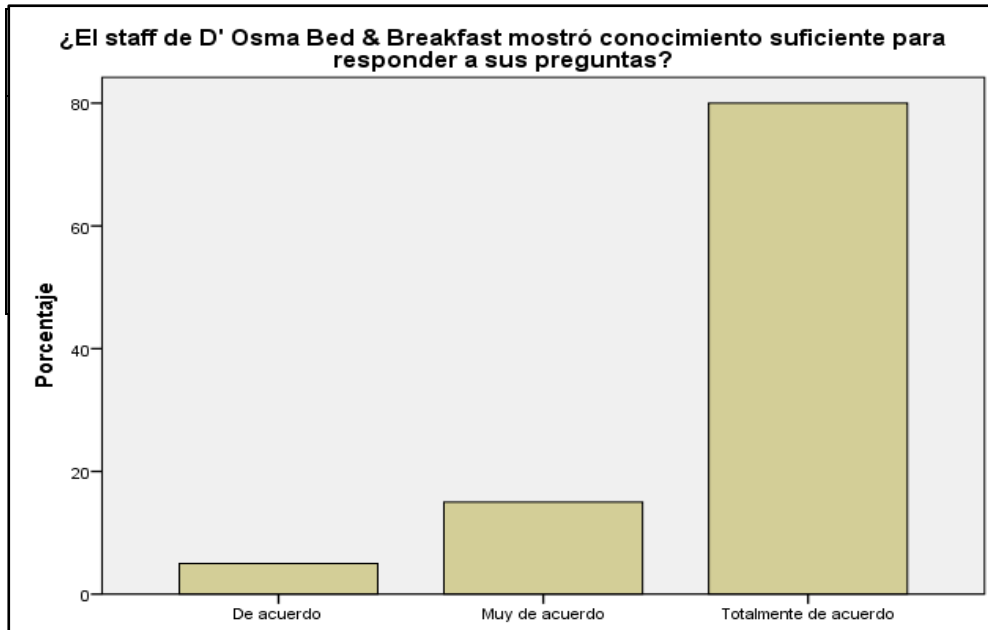


Tabla 43. Pregunta 17 Cuestionario Percepciones

Fuente: Elaboración propia (2017)

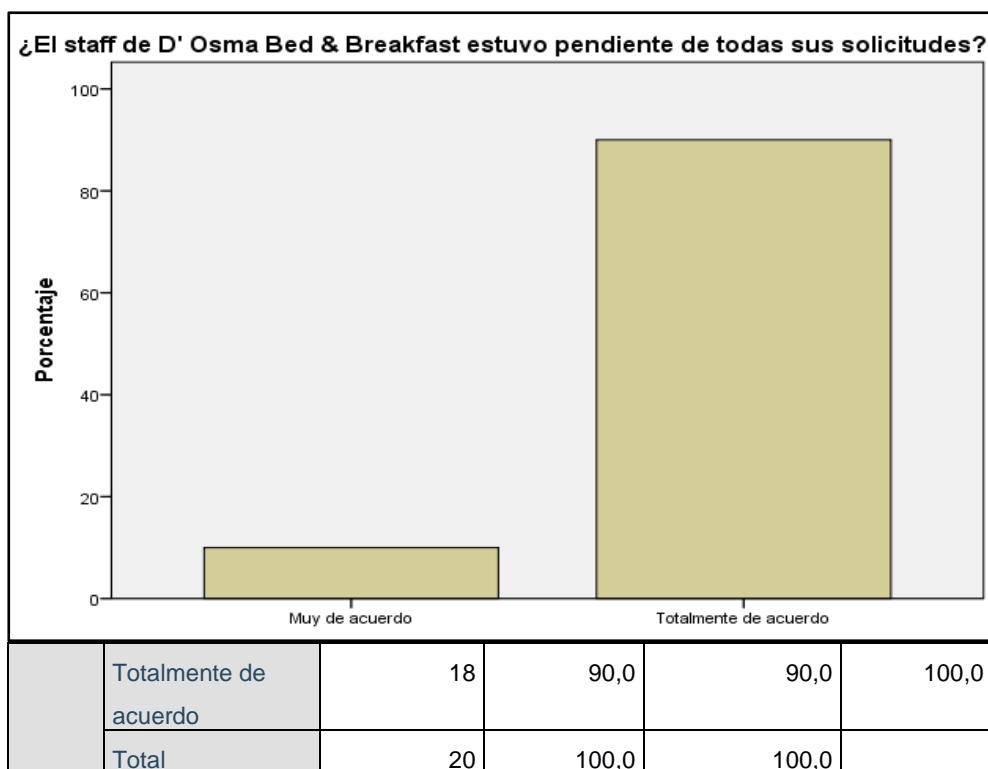
Gráfico 42. Pregunta 17 Cuestionario Percepciones

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus percepciones, antes de su salida del hospedaje, el 80% de los encuestados se mostró totalmente de acuerdo con que el staff de D' Osma Bed & Breakfast mostró conocimiento suficiente para responder a sus preguntas, el 15% indicó estar muy de acuerdo y un 5% estuvo de acuerdo con que el staff del hospedaje mostró esta característica.

Tabla 44. Pregunta 18 Cuestionario Percepciones

¿El staff de D' Osma Bed & Breakfast estuvo pendiente de todas sus solicitudes?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	2	10,0	10,0	10,0



Fuente: Elaboración propia (2017)

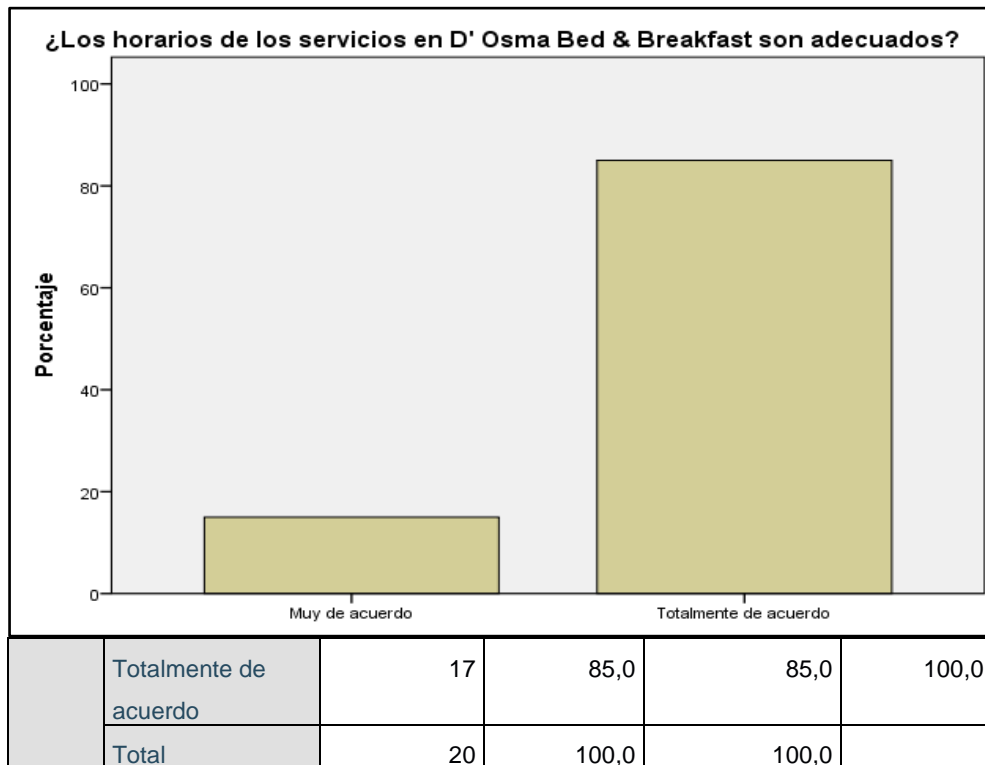
Gráfico 43. Pregunta 18 Cuestionario Percepciones

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus percepciones, antes de su salida del hospedaje, el 90% de los encuestados se mostró totalmente de acuerdo con que el staff de D' Osma Bed & Breakfast estuvo pendiente de todas sus solicitudes, mientras que un 10% indicó estar muy de acuerdo con esta premisa.

Tabla 45. Pregunta 19 Cuestionario Percepciones

¿Los horarios de los servicios en D' Osma Bed & Breakfast son adecuados?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	3	15,0	15,0	15,0



Fuente: Elaboración propia (2017)

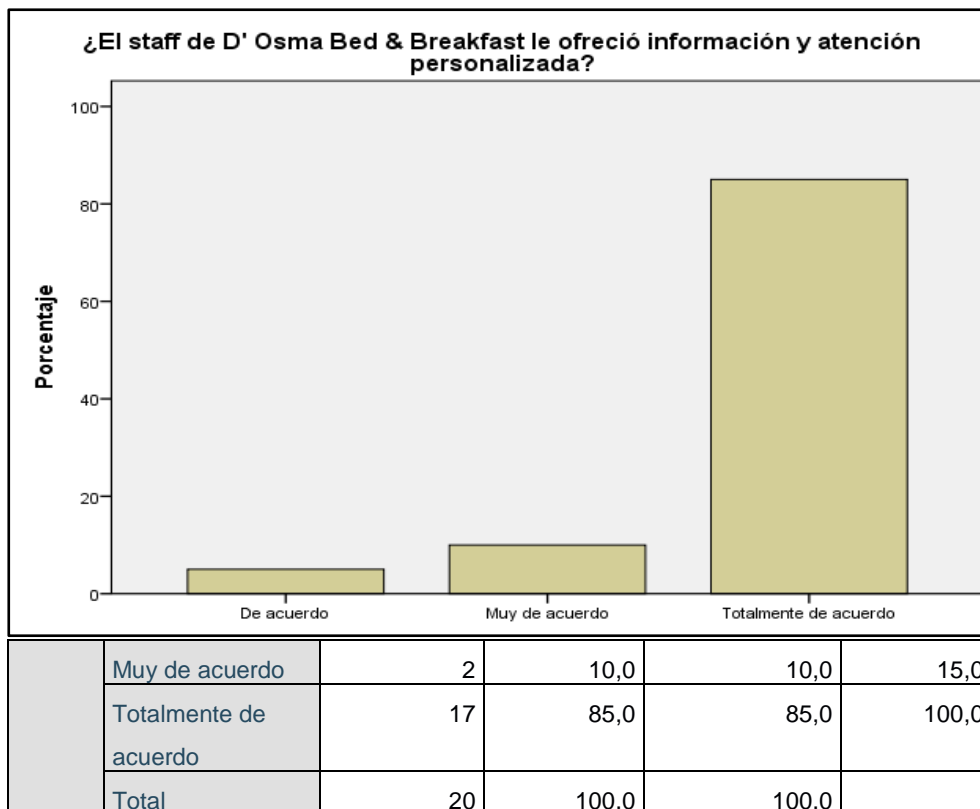
Gráfico 44. Pregunta 19 Cuestionario Percepciones

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus percepciones, antes de su salida del hospedaje, el 85% de los encuestados se mostró totalmente de acuerdo con que los horarios de los servicios en D' Osma Bed & Breakfast son adecuados, mientras que un 15% indicó estar muy de acuerdo con que el hospedaje tiene esta característica.

Tabla 46. Pregunta 20 Cuestionario Percepciones

¿El staff de D' Osma Bed & Breakfast le ofreció información y atención personalizada?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	1	5,0	5,0	5,0



Fuente: Elaboración propia (2017)

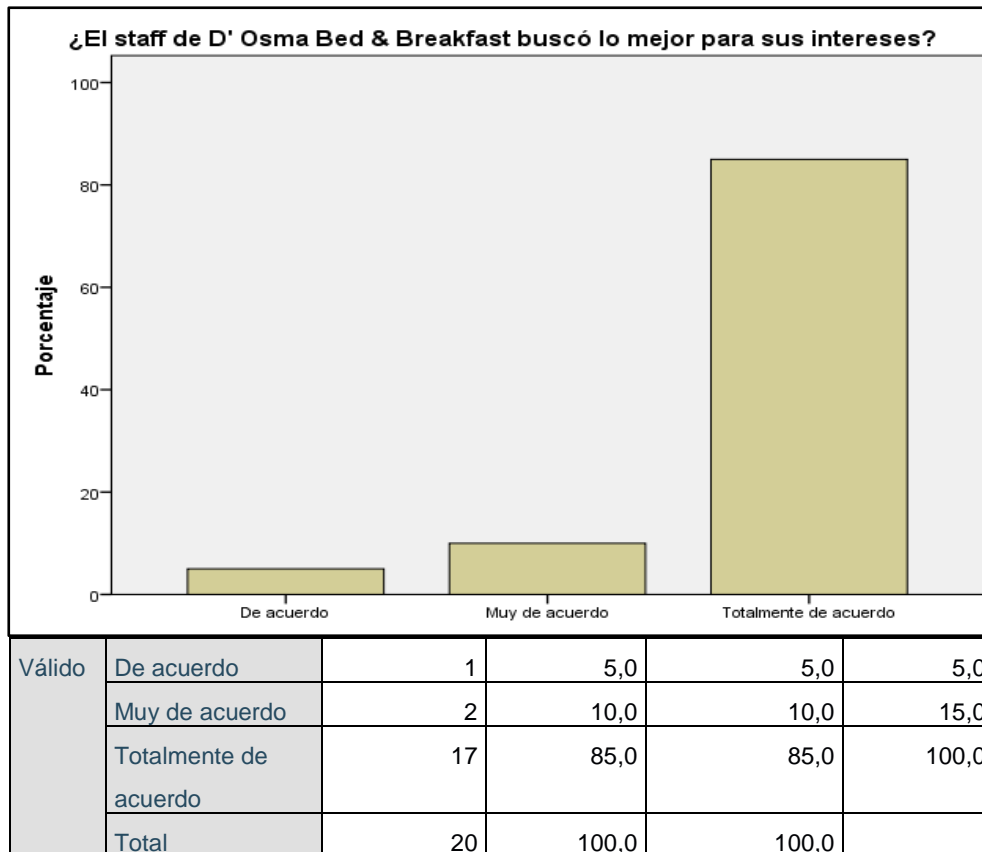
Gráfico 45. Pregunta 20 Cuestionario Percepciones

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus percepciones, antes de su salida del hospedaje, el 85% de los encuestados se mostró totalmente de acuerdo con que el staff de D' Osma Bed & Breakfast le ofreció información y atención personalizada, el 10% indicó estar muy de acuerdo y un 5% estuvo de acuerdo con la premisa.

Tabla 47. Pregunta 21 Cuestionario Percepciones

¿El staff de D' Osma Bed & Breakfast buscó lo mejor para sus intereses?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado



Fuente: Elaboración propia (2017)

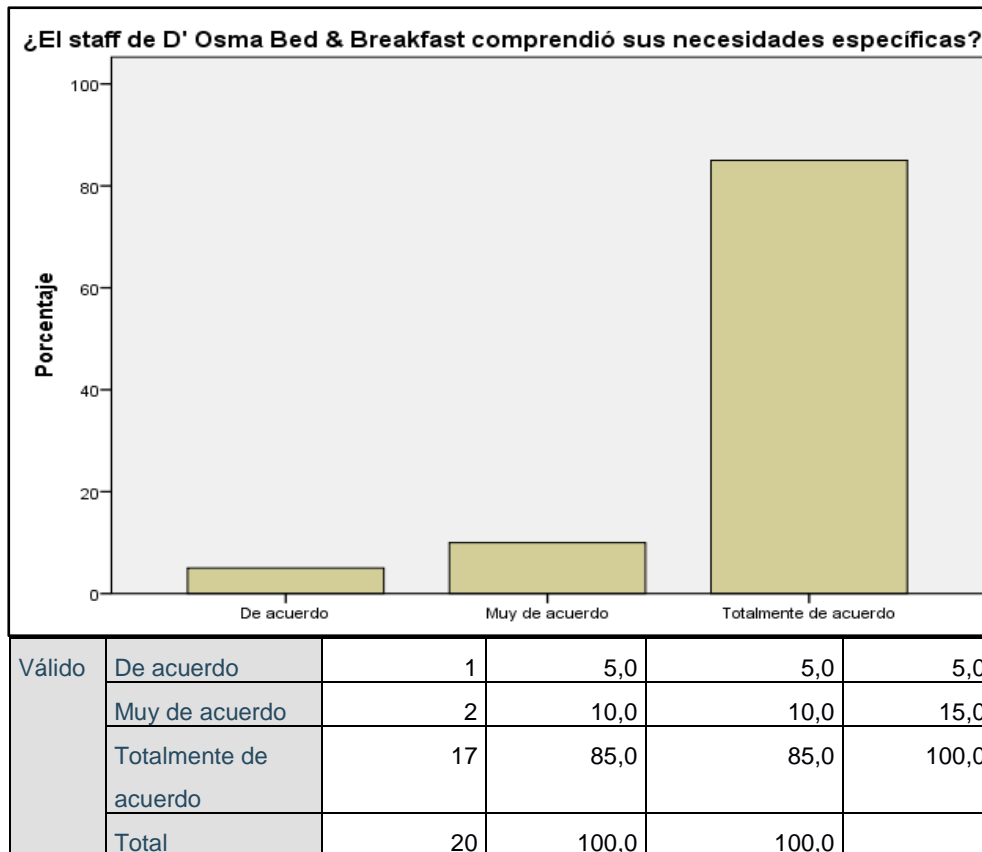
Gráfico 46. Pregunta 21 Cuestionario Percepciones

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus percepciones, antes de su salida del hospedaje, el 85% de los encuestados se mostró totalmente de acuerdo con que el staff de D' Osma Bed & Breakfast buscó lo mejor para sus intereses, el 10% indicó estar muy de acuerdo y un 5% estuvo de acuerdo con dicha premisa.

Tabla 48. Pregunta 22 Cuestionario Percepciones

¿El staff de D' Osma Bed & Breakfast comprendió sus necesidades específicas?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado



Fuente: Elaboración propia (2017)

Gráfico 47. Pregunta 22 Cuestionario Percepciones

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la evaluación de sus percepciones, antes de su salida del hospedaje, el 85% de los encuestados se manifestó totalmente de acuerdo con que el staff de D' Osma Bed & Breakfast comprendió sus necesidades específicas, el 10% indicó estar muy de acuerdo, mientras que un 5% se mostró de acuerdo con la premisa.

4.1.2 Análisis de fiabilidad

Para sustentar la confiabilidad del instrumento cuantitativo y de su aplicación en la presente investigación a través de su variable, se utilizó el Alfa de Cronbach, el cual arrojó los siguientes resultados de confiabilidad:

Tabla 49. Análisis de confiabilidad – Cuestionario Expectativas

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	20	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,883	25

Fuente: Elaboración propia (2017)

Según la tabla N° 49 el nivel de confiabilidad de la primera encuesta (Expectativas) alcanzó un nivel del 83,3% en sus 25 ítems, que según Pérez Legos, L.A. (2013) los niveles mínimos de confiabilidad son del 60%.

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0

Tabla 50. Análisis Cuestionario

	Total	20	100,0
a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.			

de confiabilidad – Percepciones

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,589	25

Fuente: Elaboración propia (2017)

Según la tabla N° 50 el nivel de confiabilidad de la segunda encuesta (Percepciones) alcanzó un nivel del 58,9% en sus 25 ítems, que según Pérez Legoas, L.A (2013) los niveles mínimos de confiabilidad son del 60%.

4.1.3 Análisis de contrastación o prueba de hipótesis

Para realizar la contrastación de hipótesis se hizo uso de la prueba T de Student. “Es una prueba paramétrica que se utiliza para determinar si hay una diferencia significativa entre las medias de dos grupos, es decir que se utiliza cuando deseamos comparar dos medias.” Ponce, B. (2016, p.55). La cual se utiliza para muestras menores a 30 y es representada con la siguiente fórmula:

$$T = \frac{X - \mu}{\frac{s}{\sqrt{n - 1}}}$$

Donde:

X = Media

μ = Hipótesis

s = Desviación estándar

n = muestra

De los datos recolectados el mes de mayo, en la aplicación de la primera parte de la encuesta, en la cual se midieron las expectativas de los huéspedes, los resultados fueron:

Hipótesis general:

El nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL es óptimo.

H_0 : El nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL no es óptimo.

Prueba de muestra única							
	Valor de prueba = 0						
					95% de intervalo de confianza de la diferencia		
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Inferior	Superior	

Calidad del servicio	48,078	19	,000	6,15300	5,8851	6,4209
----------------------	--------	----	------	---------	--------	--------

Tabla 51. Prueba T Variable – Cuestionario Expectativas

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según la tabla N°51 se aplicó la prueba t, según Ponce, B. (2016), debido a la naturaleza cualitativa de la variable y al tamaño muestral que es menor que 30. Dicha prueba es aceptada ya que el sigma bilateral es menor al nivel de significancia; es decir: $0,0001 < 0,05$.; por tanto el nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL es óptimo.

Hipótesis específica 1

Los elementos tangibles no influyen de manera significativa en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL.

Ho1: Los elementos tangibles no influyen de manera significativa en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed &

Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL.

Prueba de muestra única						
	Valor de prueba = 0					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
Calidad del servicio	48,078	19	,000	6,15300	5,8851	6,4209
Elementos tangibles	44,322	19	,000	5,65000	5,3832	5,9168

Tabla 52. Prueba T Dimensión 1 – Cuestionario Expectativas

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según la tabla N° 52 según la prueba t, dicha prueba es aceptada ya que el sigma bilateral es menor en ambos casos al nivel de significancia; es decir: $0,0001 < 0,05$.; por tanto los elementos tangibles no influyen de manera significativa en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL.

Hipótesis específica 2

La fiabilidad en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL, logra el estándar.

Ho2: La fiabilidad en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL, no logra el estándar.

Tabla 53. Prueba T Dimensión 2 – Cuestionario Expectativas

Prueba de muestra única						
	Valor de prueba = 0					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
Fiabilidad	42,136	19	,000	6,38000	6,0631	6,6969
Calidad del servicio	48,078	19	,000	6,15300	5,8851	6,4209

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según la tabla N° 53 según la prueba t, dicha prueba es aceptada ya que el sigma bilateral es menor en ambos casos al nivel de significancia; es decir: $0,0001 < 0,05$.; por tanto, la fiabilidad en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL, logra el estándar.

Hipótesis específica 3

La capacidad de respuesta en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL, supera el promedio.

Tabla 54. Prueba T Dimensión 3 – Cuestionario Expectativas

Prueba de muestra única						
	Valor de prueba = 0					
	t	Gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
Calidad del servicio	48,078	19	,000	6,15300	5,8851	6,4209
Capacidad de respuesta	39,220	19	,000	6,21250	5,8810	6,5440

Fuente: *Elaboración propia (2017)*

Interpretación: Según la tabla N° 54 según la prueba t, dicha prueba es aceptada ya que el sigma bilateral es menor en ambos casos al nivel de significancia; es decir: $0,0001 < 0,05$.; por tanto, la capacidad de respuesta en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL, supera el promedio.

Hipótesis específica 4

La influencia de la seguridad en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL es significativa.

Ho4: La influencia de la seguridad en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL no es significativa.

Tabla 55. Prueba T Dimensión 4 – Cuestionario Expectativas

Prueba de muestra única						
	Valor de prueba = 0					
	t	Gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
Calidad del servicio	48,078	19	,000	6,15300	5,8851	6,4209
Seguridad	39,696	19	,000	6,31250	5,9797	6,6453

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según la tabla N° 55 según la prueba t, dicha prueba es aceptada ya que el sigma bilateral es menor en ambos casos al nivel de significancia; es decir: $0,0001 < 0,05$.; por tanto, la influencia de la seguridad en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL es significativa.

Hipótesis específica 5

La empatía influye de manera significativa en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL.

Ho5: La empatía no influye de manera significativa en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL.

Tabla 56. Prueba T Dimensión 5 – Cuestionario Expectativas

Prueba de muestra única						
Valor de prueba = 0						
	t	Gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
Calidad del servicio	48,078	19	,000	6,15300	5,8851	6,4209
Empatía	47,128	19	,000	6,21000	5,9342	6,4858

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según la tabla N° 56 según la prueba t, dicha prueba es aceptada ya que el sigma bilateral es menor en ambos casos al nivel de significancia; es decir: $0,0001 < 0,05$.; por tanto, la empatía influye de manera significativa en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL.

De los datos recolectados el mes de junio, en la aplicación de la segunda parte de la encuesta, en la cual se midieron las percepciones de los huéspedes, los resultados fueron:

Hipótesis general:

El nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL es óptimo.

Ho: El nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL no es óptimo.

Tabla 57. Prueba T Variable – Cuestionario Percepciones

Prueba de muestra única						
	Valor de prueba = 0					
	t	Gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
Calidad del servicio	118,326	19	,000	6,68700	6,5687	6,8053

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según la tabla N°57 se aplicó la prueba t, según Ponce B. (2016), debido a la naturaleza cualitativa de la variable y al tamaño muestral que es menor que 30. Dicha prueba es aceptada ya que el sigma bilateral es menor al nivel de significancia; es decir: $0,0001 < 0,05$.; por tanto el nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL es óptimo.

Hipótesis específica 1

Los elementos tangibles influyen de manera significativa en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL.

Ho1: Los elementos tangibles no influyen de manera significativa en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL.

Tabla 58. Prueba T Dimensión 1 – Cuestionario Percepciones

Prueba de muestra única						
	Valor de prueba = 0					
	t	Gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
Calidad del servicio	118,326	19	,000	6,68700	6,5687	6,8053
Elementos tangibles	42,842	19	,000	6,06250	5,7663	6,3587

Fuente: *Elaboración propia (2017)*

Interpretación: Según la tabla N° 58 según la prueba t, dicha prueba es aceptada ya que el sigma bilateral es menor en ambos casos al nivel de significancia; es decir: $0,0001 < 0,05$.; por tanto los elementos tangibles influyen de manera significativa en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL.

Hipótesis específica 2

La fiabilidad en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL, logra el estándar.

Ho2: La fiabilidad en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL, no logra el estándar.

Tabla 59. Prueba T Dimensión 2 – Cuestionario Percepciones

Prueba de muestra única						
	Valor de prueba = 0					
	t	Gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
Calidad del servicio	118,326	19	,000	6,68700	6,5687	6,8053
Fiabilidad	93,631	19	,000	6,83000	6,6773	6,9827

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según la tabla N° 59 según la prueba t, dicha prueba es aceptada ya que el sigma bilateral es menor en ambos casos al nivel de significancia; es decir: $0,0001 < 0,05$.; por tanto, la fiabilidad en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL, logra el estándar.

Hipótesis específica 3

La capacidad de respuesta en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL, supera el promedio.

Ho3: La capacidad de respuesta en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL, no supera el promedio.

Tabla 60. Prueba T Dimensión 3 – Cuestionario Percepciones

Prueba de muestra única						
	Valor de prueba = 0					
	t	Gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
Calidad del servicio	118,326	19	,000	6,68700	6,5687	6,8053
Capacidad de respuesta	148,696	19	,000	6,86250	6,7659	6,9591

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según la tabla N° 60 según la prueba t, dicha prueba es aceptada ya que el sigma bilateral es menor en ambos casos al nivel de significancia; es decir: $0,0001 < 0,05$.; por tanto, la capacidad de respuesta en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL, supera el promedio.

Hipótesis específica 4

La influencia de la seguridad en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL es significativa.

Ho4: La influencia de la seguridad en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL no es significativa.

Tabla 61. Prueba T Dimensión 4 – Cuestionario Percepciones

Prueba de muestra única						
	Valor de prueba = 0					
	t	Gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
Calidad del servicio	118,326	19	,000	6,68700	6,5687	6,8053
Seguridad	107,255	19	,000	6,85000	6,7163	6,9837

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según la tabla N° 61 según la prueba t, dicha prueba es aceptada ya que el sigma bilateral es menor en ambos casos al nivel de significancia; es decir: $0,0001 < 0,05$.; por tanto, la influencia de la seguridad en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL es significativa.

Hipótesis específica 5

La empatía influye de manera significativa en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL.

Ho5: La empatía no influye de manera significativa en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL.

Tabla 62. Prueba T Dimensión 5 – Cuestionario Percepciones

Prueba de muestra única						
	Valor de prueba = 0					
	t	Gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
Calidad del servicio	118,326	19	,000	6,68700	6,5687	6,8053
Empatía	87,000	19	,000	6,83000	6,6657	6,9943

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: Según la tabla N° 62 según la prueba t, dicha prueba es aceptada ya que el sigma bilateral es menor en ambos casos al nivel de significancia; es decir: $0,0001 < 0,05$.; por tanto, la empatía influye de manera significativa en nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL.

Para realizar la correlación entre las 05 dimensiones y la variable de ambos cuestionarios, se hizo uso de la prueba Rho de Spearman. De acuerdo con Mondragón, M. (p. 100, 2014), “este coeficiente es muy útil cuando el número de pares de sujetos (n) que se desea asociar es pequeño (menor de 30).”

Tabla 63. Rho de Spearman - Variable

Correlaciones				
			EXP_Calidad_del _servicio	PER_Calidad_del _servicio
Rho de Spearman	EXP_Calidad _del_servicio	Coeficiente de correlación	1,000	-,032
		Sig. (bilateral)	.	,892
		N	20	20
	PER_Calidad _del_servicio	Coeficiente de correlación	-,032	1,000
		Sig. (bilateral)	,892	.
		N	20	20

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: De acuerdo a la tabla N° 63, las percepciones de los encuestados, sobre el nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D’ Osma Bed & Breakfast en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL, superan las expectativas de los mismos. Evidenciado con un 89,2% del sigma bilateral, el cual, mientras más cerca esté a la unidad, muestra un mayor nivel de correlación.

Tabla 64. Rho de Spearman – Dimensión 1

Correlaciones				
			EXP_elementos_tangibles	PER_Elementos_tangibles
Rho de Spearman	EXP_Elementos_tangibles	Coefficiente de correlación	1,000	,206
		Sig. (bilateral)	.	,383
		N	20	20
	PER_Elementos_tangibles	Coefficiente de correlación	,206	1,000
		Sig. (bilateral)	,383	.
		N	20	20

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: De acuerdo a la tabla N° 64, las percepciones de los encuestados, sobre los elementos tangibles en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL, no superan las expectativas de los mismos para esta dimensión. Evidenciado con un 38,3% del sigma bilateral, el cual, mientras más cerca esté a la unidad, muestra un mayor nivel de correlación.

Tabla 65. Rho de Spearman – Dimensión 2

Correlaciones				
			EXP_Fiabilidad	PER_Fiabilidad
Rho de Spearman	EXP_Fiabilidad	Coefficiente de correlación	1,000	-,147
		Sig. (bilateral)	.	,535
		N	20	20
	PER_Fiabilidad	Coefficiente de correlación	-,147	1,000

		Sig. (bilateral)	,535	.
		N	20	20

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: De acuerdo a la tabla N° 65, las percepciones de los encuestados, sobre la fiabilidad en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL, superan las expectativas de los mismos para esta dimensión. Evidenciado con un 53,5% del sigma bilateral, el cual, mientras más cerca esté a la unidad, muestra un mayor nivel de correlación. Sin embargo, a pesar de que se superan las expectativas, es un nivel bajo de correlación, lo cual se debe tener en cuenta para las mejoras posteriores.

Tabla 66. Rho de Spearman – Dimensión 3

Correlaciones				
			EXP_Capacidad_ de_respuesta	PER_Capacidad_ de_respuesta
Rho de Spearm an	EXP_Capacidad _de_respuesta	Coefficiente de correlación	1,000	,096
		Sig. (bilateral)	.	,688
		N	20	20
	PER_Capacidad _de_respuesta	Coefficiente de correlación	,096	1,000
		Sig. (bilateral)	,688	.
		N	20	20

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: De acuerdo a la tabla N° 66, las percepciones de los encuestados, sobre la capacidad de respuesta en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL, superan las expectativas de los mismos para esta

dimensión. Evidenciado con un 68,8% del sigma bilateral, el cual, mientras más cerca esté a la unidad, muestra un mayor nivel de correlación.

Tabla 67. Rho de Spearman – Dimensión 4

Correlaciones				
			EXP_Seguridad	PER_Seguridad
Rho de Spearman	EXP_Seguridad	Coeficiente de correlación	1,000	-,144
		Sig. (bilateral)	.	,546
		N	20	20
	PER_Seguridad	Coeficiente de correlación	-,144	1,000
		Sig. (bilateral)	,546	.
		N	20	20

Fuente: Elaboración propia (2017)

Interpretación: De acuerdo a la tabla N° 67, las percepciones de los encuestados, sobre la seguridad en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL, superan las expectativas de los mismos para esta dimensión. Evidenciado con un 54,6% del sigma bilateral, el cual, mientras más cerca esté a la unidad, muestra un mayor nivel de correlación. Sin embargo, a pesar de que se superan las expectativas, es un nivel bajo de correlación, lo cual se debe tener en cuenta para las mejoras posteriores.

Tabla 68. Rho de Spearman – Dimensión 5

Correlaciones				
			EXP_Empatia	PER_Empatia
Rho de Spearman	EXP_Empatia	Coeficiente de correlación	1,000	-,050
		Sig. (bilateral)	.	,835

		N	20	20
	PER_Empatía	Coeficiente de correlación	-,050	1,000
		Sig. (bilateral)	,835	.
		N	20	20

Fuente: *Elaboración propia (2017)*

Interpretación: De acuerdo a la tabla N° 68, las percepciones de los encuestados, sobre la fiabilidad en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL, superan las expectativas de los mismos para esta dimensión. Evidenciado con un 83,5% del sigma bilateral, el cual, mientras más cerca esté a la unidad, muestra un mayor nivel de correlación.

4.1.4 Análisis de los instrumentos cualitativos

a. Observación

A continuación, se presentan los resultados de la aplicación de la observación del hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, cuyo instrumento fue la Guía de observación (Anexo 3), la cual fue procesada a través de la narrativa descriptiva.

Tabla 69. Observación

VARIABLE	INDICADORES	COLABORADORES	HOSPEDAJE	CLIENTES
CALIDAD DEL SERVICIO	Instalaciones atractivas		Adecuada para su modelo de negocio.	
	Equipos de aspecto moderno		Algunos muebles y equipos en cocina y recepción podrían renovarse.	
	Materiales atractivos		Amenities, ropa de cama y toallas tienen buen aspecto.	
	Presentación personal	Es adecuada para su modelo de negocio, sin embargo, podría mejorar.		
	Cumplir tiempos prometidos			
	Interés genuino por ayudar	El 100% del staff muestra interés genuino al brindar el servicio.		
	Cumplir con lo ofrecido	Si se especificó una tarifa de cobro, se cumple, al igual que por el tipo de habitación solicitado desde la reserva.		
	Hábito de prestar bien el servicio	La amabilidad y el buen servicio son constantes.		
	Evitar errores		Mejora de las habitaciones evidenciada en el contraste entre comentarios en tripadvisor.com y la observación realizada. Además del cuidado en cada paso durante la atención.	
	Rapidez en la respuesta		Promedio de 30 minutos o menos en respuesta para reservas. Y durante la estadía se procura atender a la brevedad cada solicitud.	
	Información verídica de condiciones del servicio		Condiciones de reserva en correos de confirmación, política de cancelaciones y condiciones del servicio pegadas en las puertas de cada habitación.	

Dedicar tiempo necesario para absolver dudas	Hay consultas adicionales a las del servicio de alojamiento, como información turística, vial, actualidad, la cual es resuelta a detalle por el personal.		
Disponibilidad de ayuda			Evidenciada en comentarios de huéspedes.
Personal con conocimiento			Durante las atenciones el personal mostró conocimiento de sus funciones y adicional información.
Personal inspira confianza	El personal trata al huésped como a un familiar, eso hace que los huéspedes se sientan en confianza.		
Seguridad durante el servicio	Colaboradores muestran seguridad durante el desempeño de sus funciones.		
Amabilidad del personal	Trato amable desde la recepción hasta el check out, incluso fuera de las funciones usuales del servicio de alojamiento.		El 94% de huéspedes los califican como excelente y muy bueno en la plataforma tripadvisor.com.
Atención personalizada	Es tan clara como la amabilidad del personal.		Los huéspedes se despiden recordando el nombre de al menos un colaborador.
Horario adecuado			El horario de check in y check out es adecuado, así como la atención 24 horas y el desayuno de 07:00hrs a 11:00hrs.
Seguimiento personalizado	A través del cuaderno de incidencias y una comunicación entre turnos, se logra conocer al huésped y hacer seguimiento sin preguntar constantemente su		Evidenciado en las plataformas web de recomendación.

		nombre o su número de habitación en cada cambio de turno. Se atiende a cada huésped de manera especial.		
	Se busca lograr intereses del cliente	Se procura lograrlo, estando atentos a todas sus solicitudes.		Evidenciado en las plataformas web de recomendación.
	Comprensión de necesidades del cliente	Durante el servicio de desayuno se busca brindar al huésped lo necesario según sus necesidades, el tipo de leche, modo de preparación de los huevos, el modo de tostar el pan.		El 98% de comentarios de huéspedes en tripadvisor.com fue de huéspedes que sintieron comprendidas sus necesidades.

Fuente:

Elaboración

propia

(2017)

A través de la Guía de observación emitida el 30 de junio en el hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, mediante la cual se analizaron diversos indicadores de la variable en estudio. Se pudo observar que los puntos fuertes del hospedaje se encuentran en los indicadores que muestran el desenvolvimiento de los colaboradores. La reserva la pueden realizar por las plataformas como Booking.com o Expedia.com, Hostelworl.com, así como de manera directa, mediante la página web o mediante la dirección de correo electrónico, el colaborador, al recibir la reserva, envía un correo de confirmación al futuro huésped, indicando claramente las condiciones del servicio.

Además, al momento del check in se le indica nuevamente las condiciones del servicio y adicionalmente detrás de las puertas de las habitaciones se encuentran indicadas las políticas de cancelación y consideraciones adicionales del servicio. Es preciso indicar que tienen como política, procurar que la respuesta a cualquier reserva o solicitud de información se realice dentro de los 30 minutos siguientes a su recepción. Cuando reciben una solicitud de información previa a la llegada del huésped o durante su estadía, se toman el tiempo necesario para resolverla, mostrando su disponibilidad para ayudarlo. Se busca lograr la realización de un óptimo primer servicio brindado, desde la respuesta a la reserva, como a su llegada al hospedaje, mediante una amable bienvenida.

Sin embargo, no se limitan a ello, sino que fomentan el hábito de prestar bien el servicio durante toda la estadía del huésped. Procuran cumplir tiempos prometidos, las habitaciones están listas para la hora del check in, si algún huésped requiere tomar desayuno antes de la hora establecida para dicho servicio debido a su hora de vuelo, se hacen excepciones y se presta el servicio a la hora prometida. El personal muestra habilidades empáticas, mostrando un interés genuino por ayudar, esta habilidad se busca al momento de contratar el personal, lo cual fue indicado por la administradora del hospedaje. Una vez al mes se realizan retroalimentaciones en la búsqueda de una mejora continua, las cuales reúnen a todo el personal.

El personal muestra conocimiento al realizar sus labores (repcionistas y ama de llaves) además de mostrar conocimiento adicional, según requerimientos del huésped, como información turística. Se muestran seguros al momento de brindar el servicio, lo cual genera confianza en los huéspedes, de que se encuentran con personas capaces además de amables. Debido a que el hospedaje cuenta con cinco habitaciones, es decir, es pequeño, se busca brindar atención personalizada, procurando entender las necesidades e intereses de los huéspedes a través de un seguimiento. El staff está pendiente de consultar si el huésped requiere ayuda o sin necesidad de preguntar, la brindan, cuidando de no agobiar al pasajero.

Para lograrlo, se tiene un libro de ocurrencias, en el cual el recepcionista a cargo anota a detalle las preferencias o eventualidades con los huéspedes, para que los demás recepcionistas conozcan todo lo acontecido y no perder ningún detalle. Cuentan con un horario adecuado de atención, tanto para el check in y check out, como para el servicio de desayuno. Por otra parte, dentro de la dimensión elementos tangibles, los indicadores mostraron un nivel menor al de las demás dimensiones.

Si bien lo que como filosofía tiene el hospedaje es que el pasajero se sienta **como en casa**, la presentación del personal podría mejorar en cuanto a recogerse el cabello para evitar que este caiga en las toallas que las recepcionistas doblan como una de sus funciones, o en las hojas de registro, aunque la ama de llaves si lo tiene recogido. Las instalaciones del hospedaje, como el pequeño patio, el lobby, las habitaciones, son acogedores, siempre están limpios y son el atractivo de muchos huéspedes (se puede apreciar en las plataformas virtuales de recomendación) sin embargo, hay ciertos equipos o mobiliario que sería mejor si se renovara.

b. Entrevista

Guía de entrevista

A continuación, se presentan los resultados de la aplicación de las entrevistas realizadas a colaboradores del hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, las cuales fueron procesadas a través de la matriz de triangulación.

TÍTULO	Análisis de la calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & breakfast, basado en el modelo de medición SERVQUAL, Barranco, 2017.
PROBLEMA GENERAL	¿Cuál es el nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL?
OBJETIVO GENERAL	Determinar el nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL.
ACTOR	Expertos en el tema. (Colaboradores del hospedaje)

Tabla 70. Guía de entrevista – Experto 1

Carmen Velásquez

Practicante de recepción y reservas de D' Osma Bed & Breakfast

HIPÓTESIS	CATEGORÍA	INDICADORES	RESULTADOS	CONCLUSIONES
El nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de	Calidad del servicio	Si yo le digo "calidad del servicio", ¿qué es lo primero que se le viene a la mente? ¿Por qué? ¿Algo más?	Me imagino a un huésped sonriendo al momento del check out. Cuando nos agradecen por su experiencia en el hospedaje.	Sonrisa y agradecimiento del huésped.
		¿En D' Osma se realizan prácticas de calidad del servicio? ¿Cuáles son?	Sí, por ello tenemos el resultado que tenemos en cuanto a posicionamiento y además porque hay huéspedes que vuelven para su siguiente viaje a Perú o Lima.	El resultado de que se realicen es el positivo posicionamiento del hospedaje.

	<p>¿Considera usted que cuenta con los materiales necesarios para brindar un servicio de calidad? ¿Por qué? ¿Cuáles son?</p>	<p>Hasta ahora no he estado en una situación en la que no encuentre lo necesario en la oficina para resolver alguna situación. Los materiales son el teléfono inalámbrico, celular, impresora, computadora, información de tarifas, plantillas de correos.</p>	<p>Se cuenta con los materiales necesarios.</p>
	<p>¿Recibió usted una inducción o capacitación al inicio de su experiencia en D' Osma? ¿Ha recibido capacitaciones posteriores?</p>	<p>Así es, he recibido una inducción. Hasta ahora (desde marzo) no he tenido una capacitación adicional, pero sí hay una retroalimentación mensual.</p>	<p>Se reciben inducciones y retroalimentaciones.</p>
	<p>¿Qué lo motiva a trabajar en el sector hotelero? ¿Qué piensa de la vocación de servicio?</p>	<p>Me motiva el hecho de poder ayudar a las personas y de que ellas se sientan bien y agradecidas. Considero que la vocación de servicio es muy importante y debe ser natural, ya que es muy difícil desarrollarla.</p>	<p>Posee vocación de ayuda y de servicio.</p>
	<p>¿Para las labores que usted realiza, se manejan procedimientos o procesos establecidos por la empresa? ¿Cuáles son?</p>	<p>Sí se manejan procedimientos, pero no hay un manual en físico de ello. Por ejemplo, desde la llegada de una reserva hay un modelo o formato de confirmación de reservas, del proceso del check in y check out y manejo de ciertas situaciones comunes durante la estadía de los huéspedes.</p>	<p>Se manejan procedimientos que se transmiten de manera oral.</p>
	<p>¿Considera usted que el huésped conoce bien las condiciones del servicio? ¿Por qué?</p>	<p>Sí, salvo por el hecho de que no todas las personas leen los términos y condiciones en el correo de confirmación de reserva, previo a su llegada al hospedaje, pero cuando llegan al hospedaje se les hace la aclaración en caso de alguna duda.</p>	<p>Tienen manera de conocerlas desde su reserva o en su defecto, en el check in.</p>
	<p>¿Recibe el personal capacitaciones durante su periodo de trabajo en D' Osma?</p>	<p>No específicamente capacitaciones, pero sí retroalimentaciones. Me parecería interesante recibir capacitaciones sobre primeros auxilios y seguridad ocupacional en housekeeping.</p>	<p>Realizan retroalimentaciones, pero sería de interés realizar capacitaciones adicionales.</p>

		¿En D' Osma se busca brindar una atención personalizada? ¿Por qué cree usted que se busca ello? ¿De qué manera se busca lograrlo o qué medios se utilizan para dicho fin?	Sí, se busca brindar una atención personalizada, por el hecho de que somos un hospedaje pequeño, tomamos al huésped como parte de nuestra familia y hay un contacto directo con él como para hacerle un seguimiento, brindarle sugerencias de visita por el distrito, lugares dónde comer, según sus necesidades. Pero sin llegar a abrumar al huésped.	Al ser un pequeño hospedaje, se busca que los huéspedes se sientan como en casa y atender sus necesidades específicas.
--	--	---	---	--

Fuente: Elaboración propia (2017)

Tabla 71. Guía de entrevista – Experto 2

Lis Pumacanchari

Practicante de housekeeping de D' Osma Bed & Breakfast

HIPÓTESIS	CATEGORÍA	INDICADORES	RESULTADOS	CONCLUSIONES
El nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL es óptimo.	Calidad del servicio	Si yo le digo "calidad del servicio", ¿qué es lo primero que se le viene a la mente? ¿Por qué? ¿Algo más?	Satisfacer todas las necesidades que el cliente requiere, procurar que no haya errores y ofrecer lo mejor de mí.	Busca satisfacer necesidades sin errores.
		¿En D' Osma se realizan prácticas de calidad del servicio? ¿Cuáles son?	Sí, se procura, por ejemplo, a través del cuidado en los detalles al realizar la limpieza de las habitaciones. Al brindar el servicio de desayuno, atender las necesidades específicas de los huéspedes.	Da valor a los detalles y atender necesidades específicas.
		¿Considera usted que cuenta con los materiales necesarios para brindar un servicio de calidad? ¿Por qué? ¿Cuáles son?	En housekeeping sí, pero en el servicio de desayunos que brindo, creo que podría tener, por ejemplo, sartenes un poco más grandes, mayor cantidad de tazas y platos para los casos en los que haya varios huéspedes en un mismo momento para el desayuno.	Necesita ciertos utensilios para brindar una mejor calidad en el servicio de desayunos.
		¿Recibió usted una inducción o capacitación al inicio de su experiencia en D' Osma? ¿Ha recibido capacitaciones posteriores?	Sí, fueron tres días durante los cuales la persona entonces encargada del área de ama de llaves me mostró cómo realizar cada una de mis funciones cuidando los detalles.	Las inducciones se realizan de manera oral en base a la experiencia.

		¿Qué lo motiva a trabajar en el sector hotelero? ¿Qué piensa de la vocación de servicio?	Me incentiva cuando los huéspedes se muestran contentos y agradecidos de todo lo que pudimos brindarle durante su estadía, eso me nutre. Para la vocación de servicio es necesario ser tolerante, yo me considero una persona con vocación del servicio.	Hace énfasis en lograr la alegría y el agradecimiento de huéspedes.
		¿Para las labores que usted realiza, se manejan procedimientos o procesos establecidos por la empresa? ¿Cuáles son?	Sí, por ejemplo, para la preparación de los desayunos hay procesos desde la puesta del menaje en las mesas, hasta el recojo del menaje y el posterior lavado de los mismos luego del servicio. En housekeeping también hay procedimientos desde verificar las habitaciones luego de un check out, hasta el aviso de habitación limpia al recepcionista.	Existen procedimientos para cada labor dentro del servicio de alojamiento y desayunos.
		¿Considera usted que el huésped conoce bien las condiciones del servicio? ¿Por qué?	Sí, desde las condiciones de reserva, mediante la página web o agencias online, y en las habitaciones, además de un pequeño afiche que se les entrega a los huéspedes en su check in para conocer información relevante para su estadía.	Desde la reserva hasta el ingreso en las habitaciones hay maneras de conocer las condiciones.
		¿Recibe el personal capacitaciones durante su periodo de trabajo en D' Osma?	Tenemos retroalimentaciones una vez al mes, las cuales considero con una importancia de 9 del 1 al 10. En el tiempo que estoy trabajando en D' Osma, he recibido charlas sobre liderazgo y motivación. Creo que sería interesante recibir capacitaciones sobre gestión de calidad o destinos turísticos.	Retroalimentaciones son importantes, además de las charlas sobre temas relacionados a nuestras labores. Propone temas.
		¿En D' Osma se busca brindar una atención personalizada? ¿Por qué cree usted que se busca ello? ¿De qué manera se busca lograrlo o qué medios se utilizan para dicho fin?	Sí, ya que tenemos solo cinco habitaciones, se trata de personalizar el servicio a través de un seguimiento de cada huésped, conocerlo mediante el interés hacia sus actividades y brindarle facilidades según sus necesidades.	Personalizar el servicio es parte de nuestra idea de negocio.

Fuente: Elaboración propia (2017)

Tabla 72. Guía de entrevista – Experto 3

Alithu Torrejón

Administradora de D' Osma Bed & Breakfast

HIPÓTESIS	CATEGORÍA	INDICADORES	RESULTADOS	CONCLUSIONES
El nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast – Barranco en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL es óptimo.	Calidad del servicio	Si yo le digo “calidad del servicio”, ¿qué es lo primero que se le viene a la mente? ¿Por qué? ¿Algo más?	Satisfacción del cliente, ya que considero que los huéspedes vienen con ciertas expectativas, por experiencias propias o de algún conocido. Sé que, si satisfago las necesidades del cliente, estoy brindando un servicio de calidad.	Servicio de calidad significa la satisfacción de los huéspedes.
		¿En D' Osma se realizan prácticas de calidad del servicio? ¿Cuáles son?	Considero que en D' Osma la calidad del servicio ha evolucionado, no solamente nos preocupamos por brindar amabilidad, sino procurar un cuidado del huésped, estar pendiente de sus necesidades. Se ha implementado la evaluación del personal en pro de la calidad y la mejora continua.	La evolución de la calidad del servicio se traduce en la adición del cuidado durante la estadía y la mejora continua.
		¿Considera usted que cuenta con los materiales necesarios para brindar un servicio de calidad? ¿Por qué? ¿Cuáles son?	Cuando ingresé hace ocho meses, realicé un diagnóstico, luego del cual concluí que había que hacer mejoras en este sentido, por ello hice las observaciones y sugerencias al gerente. En lo que va de este año se ha venido realizando mejoras y se tiene previsto seguir con ello.	Se cuenta con materiales para cubrir necesidades, pero hay mejoras que se han realizado y otras pendientes para una superior calidad del servicio.
		¿Recibió usted una inducción o capacitación al inicio de su experiencia en D' Osma? ¿Ha recibido capacitaciones posteriores?	Reciben capacitación de 3 a 5 días, dependiendo de su adaptación al ritmo de trabajo y sus funciones. Se realizan retroalimentaciones y se brindan temas extra, como el conocimiento de las agencias virtuales con las que trabajamos, temas de liderazgo, entre otros. No hay un manual en físico, la capacitación es de manera oral.	Como administradora indica que los ingresantes reciben capacitaciones de manera oral y charlas durante su periodo de trabajo en D' Osma.

	<p>¿Qué lo motiva a trabajar en hostelería? ¿Qué piensa de la vocación de servicio?</p>	<p>Específicamente sobre mi experiencia en D' Osma, me motiva ver al staff con gran potencial, ver que cada vez se mejora la reputación del hospedaje en las diversas plataformas web y los proyectos que el gerente tiene para el hospedaje y que me incluya en la realización de los mismos. La vocación de servicio me sacó de mi zona de confort.</p>	<p>La motiva el compromiso del staff, el creciente posicionamiento del hospedaje y los proyectos como empresa.</p>
	<p>¿Para las labores que usted realiza, se manejan procedimientos o procesos establecidos por la empresa? ¿Cuáles son?</p>	<p>Sí, en gran parte. Tanto en recepción como en housekeeping y desayunos.</p>	<p>Se manejan procedimientos establecidos por área.</p>
	<p>¿Considera usted que el huésped conoce bien las condiciones del servicio? ¿Por qué?</p>	<p>Sí, a través de los correos de confirmación de reserva, la explicación en el check in y las indicadas en las habitaciones.</p>	<p>Los huéspedes conocen las condiciones del servicio en todo momento.</p>
	<p>¿Recibe el personal capacitaciones durante su periodo de trabajo en D' Osma?</p>	<p>Sí, se incluye en las reuniones mensuales. En los últimos meses se ha brindado, por ejemplo, charlas de motivación.</p>	<p>Reciben charlas de temas adicionales a sus funciones durante las reuniones mensuales.</p>
	<p>¿En D' Osma se busca brindar una atención personalizada? ¿Por qué cree usted que se busca ello? ¿De qué manera se busca lograrlo o qué medios se utilizan para dicho fin?</p>	<p>Sí, es lo principal para nosotros como empresa. Es justo lo que se busca porque queremos ser reconocidos por ello, que los huéspedes se sientan como en casa.</p>	<p>Se busca ello por ser por su modelo de negocio, a través de su filosofía como empresa.</p>

Fuente: Elaboración propia (2017)

Matriz de triangulación de resultados

En la siguiente tabla se presenta los resultados de aplicación de entrevista a expertos (colaboradores) del hospedaje.

Tabla 73. Matriz de triangulación de resultados

EXPERTOS						
CATEGORÍA	INDICADOR	1	2	3	COMPARACIÓN	RESULTADOS
CALIDAD DEL SERVICIO	Si yo le digo "calidad del servicio", ¿qué es lo primero que se le viene a la mente? ¿Por qué? ¿Algo más?	Me imagino a un huésped sonriendo al momento del check out. Cuando nos agradecen por su experiencia en el hospedaje.	Satisfacer todas las necesidades que el cliente requiere, procurar que no haya errores y ofrecer lo mejor de mí.	Satisfacción del cliente, ya que considero que los huéspedes vienen con ciertas expectativas, por experiencias propias o de algún conocido. Sé que, si satisfago las necesidades del cliente, estoy brindando un servicio de calidad.	Los expertos coinciden en definirla como satisfacción de expectativas y necesidades, demostrada a través de agradecimiento.	Satisfacción del cliente, traducida en agradecimiento.
	¿En D' Osma se realizan prácticas de calidad del servicio? ¿Cuáles son?	Sí, por ello tenemos el resultado que tenemos en cuanto a posicionamiento y además porque hay huéspedes que vuelven para su siguiente viaje a Perú o Lima.	Sí, se procura, por ejemplo, a través del cuidado en los detalles al realizar la limpieza de las habitaciones. Al brindar el servicio de desayuno, atender las necesidades específicas de los huéspedes.	Considero que en D' Osma la calidad del servicio ha evolucionado, no solamente nos preocupamos por brindar amabilidad, sino procurar un cuidado del huésped, estar pendiente de sus necesidades. Se ha implementado la evaluación del personal en pro de la calidad y la mejora continua.	Coinciden en estar pendiente de necesidades y detalles. Ahora van más allá de la amabilidad, el cuidado y la mejora continua. El resultado es su posicionamiento.	Amabilidad, cuidado y mejora continua que dan como resultado su actual posicionamiento.

<p>¿Considera usted que cuenta con los materiales necesarios para brindar un servicio de calidad? ¿Por qué? ¿Cuáles son?</p>	<p>Hasta ahora no he estado en una situación en la que no encuentre lo necesario en la oficina para resolver alguna situación. Los materiales son el teléfono inalámbrico, celular, impresora, computadora, información de tarifas, plantillas de correos.</p>	<p>En housekeeping sí, pero en el servicio de desayunos que brindo, creo que podría tener, por ejemplo, sartenes un poco más grandes, mayor cantidad de tazas y platos para los casos en los que haya varios huéspedes en un mismo momento para el desayuno.</p>	<p>Cuando ingresé hace ocho meses, realicé un diagnóstico, luego del cual concluí que había que hacer mejoras en este sentido, por ello hice las observaciones y sugerencias al gerente. En lo que va de este año se ha venido realizando las mejoras y se tiene previsto seguir con ello.</p>	<p>Coinciden en tener materiales necesarios en recepción, sin embargo, no es así totalmente en housekeeping. Se hicieron observaciones en las cuales se encuentran trabajando.</p>	<p>Materiales necesarios en recepción, en las otras áreas se viene trabajando para mejorar.</p>
<p>¿Recibió usted una inducción o capacitación al inicio de su experiencia en D' Osma? ¿Ha recibido capacitaciones posteriores?</p>	<p>Así es, he recibido una inducción. Desde que ingresé no he tenido una capacitación adicional, pero sí hay una retroalimentación mensual.</p>	<p>Sí, fueron tres días durante los cuales la persona entonces encargada del área de ama de llaves me mostró cómo realizar cada una de mis funciones cuidando los detalles.</p>	<p>Reciben capacitación de 3 a 5 días, dependiendo de su adaptación al ritmo de trabajo y sus funciones. Se realizan retroalimentaciones y se brindan temas extra, como el conocimiento de las agencias virtuales con las que trabajamos, temas de liderazgo, entre otros. No hay un manual en físico, la capacitación es de manera oral.</p>	<p>Coinciden en haber recibido inducciones. Dos de los expertos indican que se realizan charlas de temas adicionales.</p>	<p>Reciben inducciones orales, retroalimentación mensual y charlas eventuales.</p>
<p>¿Qué lo motiva a trabajar en el sector hotelero? ¿Qué piensa de la vocación de servicio?</p>	<p>Me motiva el hecho de poder ayudar a las personas, que se sientan bien y agradecidas. Considero que la vocación de servicio es muy importante y debe ser natural, ya que es muy difícil desarrollarla.</p>	<p>Me motiva que los huéspedes se muestren contentos y agradecidos de todo lo que pudimos brindarle durante su estadía, eso me nutre. Para la vocación de servicio es necesario ser tolerante, me considero una persona con vocación del servicio.</p>	<p>Específicamente sobre mi experiencia en D' Osma, me motiva ver al staff con gran potencial, ver que cada vez se mejora la reputación del hospedaje en las diversas plataformas web y los proyectos que el gerente tiene para el hospedaje y que me incluya en la realización de los mismos. La vocación de servicio me sacó de mi zona de confort.</p>	<p>Dos expertos coinciden en el hecho de poder ayudar a los huéspedes. El tercer experto al ser administradora, menciona que la motiva el personal y los proyectos como empresa. Los tres coinciden en la importancia de la vocación de servicio.</p>	<p>Ayudar a los huéspedes, ver al staff comprometido, proyectos empresariales. La vocación del servicio es importante.</p>

<p>¿Para las labores que usted realiza, se manejan procedimientos o procesos establecidos por la empresa? ¿Cuáles son?</p>	<p>Sí se manejan procedimientos, pero no hay un manual en físico de ello. Por ejemplo, desde la llegada de una reserva hay un modelo o formato de confirmación de reservas, del proceso del check in y check out y manejo de ciertas situaciones comunes durante la estadía de los huéspedes.</p>	<p>Sí, por ejemplo, para la preparación de los desayunos hay procesos desde la puesta del menaje en las mesas, hasta el recojo del menaje y el posterior lavado de los mismos luego del servicio. En housekeeping también hay procedimientos desde verificar las habitaciones luego de un check out, hasta el aviso de habitación limpia al recepcionista.</p>	<p>Sí, en gran parte. Tanto en recepción como en housekeeping y desayunos.</p>	<p>Coinciden en que hay procedimientos para cada área.</p>	<p>Existen procedimientos establecidos para cada área.</p>
<p>¿Considera usted que el huésped conoce bien las condiciones del servicio? ¿Por qué?</p>	<p>Sí, salvo por el hecho de que no todas las personas leen los términos y condiciones en el correo de confirmación de reserva, previo a su llegada al hospedaje, pero cuando llegan al hospedaje se les hace la aclaración en caso de alguna duda.</p>	<p>Sí, desde las condiciones de reserva, mediante la página web o agencias online, y en las habitaciones, además de un pequeño afiche que se les entrega a los huéspedes en su check in para conocer información relevante para su estadía.</p>	<p>Sí, a través de los correos de confirmación de reserva, la explicación en el check in y las indicadas en las habitaciones.</p>	<p>Coinciden en que el huésped conoce las condiciones del servicio durante todo el proceso.</p>	<p>Los huéspedes conocen las condiciones del servicio.</p>

<p>¿Recibe el personal capacitaciones durante su periodo de trabajo en D' Osma?</p>	<p>No específicamente capacitaciones, pero sí retroalimentaciones. Me parecería interesante recibir capacitaciones sobre primeros auxilios y seguridad ocupacional en housekeeping.</p>	<p>Tenemos retroalimentaciones una vez al mes, las cuales considero con una importancia de 9 del 1 al 10. En el tiempo que estoy trabajando en D' Osma, he recibido charlas sobre liderazgo y motivación. Creo que sería interesante recibir capacitaciones sobre gestión de calidad o destinos turísticos.</p>	<p>Sí, se incluye en las reuniones mensuales. En los últimos meses se ha brindado, por ejemplo, charlas de motivación.</p>	<p>Coinciden en que reciben retroalimentaciones mensuales y en la importancia de las mismas. Han recibido charlas adicionales y brindan ideas para futuras charlas.</p>	<p>Se capacita mediante retroalimentaciones y charlas eventuales.</p>
<p>¿En D' Osma se busca brindar una atención personalizada? ¿Por qué cree usted que se busca ello? ¿De qué manera se busca lograrlo o qué medios se utilizan para dicho fin?</p>	<p>Sí, se busca brindar una atención personalizada, por el hecho de que somos un hospedaje pequeño, tomamos al huésped como parte de nuestra familia y hay un contacto directo con él como para hacerle un seguimiento, brindarle sugerencias de visita por el distrito, lugares dónde comer, según sus necesidades. Pero sin llegar a abrumar al huésped.</p>	<p>Sí, ya que tenemos solo cinco habitaciones, se trata de personalizar el servicio a través de un seguimiento de cada huésped, conocerlo mediante el interés hacia sus actividades y brindarle facilidades según sus necesidades.</p>	<p>Sí, es lo principal para nosotros como empresa. Es justo lo que se busca porque queremos ser reconocidos por ello, que los huéspedes se sientan como en casa.</p>	<p>Coinciden en que se busca brindar atención personalizada a través de un seguimiento de cada huésped. Comprendiendo sus necesidades específicas y haciéndolos sentir como en familia.</p>	<p>Atención y seguimiento personalizados, haciéndolos sentir como en casa.</p>

Fuente: Elaboración propia (2017)

4.2 Discusión de la investigación

Previo al análisis de la discusión de los resultados, se realizó un análisis interno y externo de la confiabilidad de los instrumentos, los cuales han sido óptimos. Dichos resultados dan garantía para su uso en el presente estudio.

Para medir la consistencia externa de los instrumentos se tuvo la ayuda de expertos, los cuales nos brindaron los siguientes resultados:

Tabla 74. Validación por juicio de expertos

Nombre de los expertos	Grado académico	Lugar donde laboran	Porcentaje de validez
María del Carmen Perca Tinoco	Doctora en Educación	Universidad de San Martín de Porres	100%
Carlos Alberto León Milla	Magister en Marketing	GERENS (Gerente general)	100%
Martha Alicia Romero Echevarría	Doctor en Educación	Universidad de San Martín de Porres	95%

Fuente: Elaboración propia (2017)

Como se aprecia en la tabla N° 74, la fiabilidad por consistencia externa de los instrumentos presentados en la tesis, obtuvo un promedio de 98.3%.

Para medir la fiabilidad por consistencia interna del instrumento cuantitativo se aplicó el Alfa de Cronbach el cual dio un nivel de confiabilidad de 88.3% para el primer cuestionario (Expectativas) y un nivel de confiabilidad de 60% para el segundo cuestionario (Percepciones); lo cual garantiza la confiabilidad del estudio.

En el presente estudio se ha podido observar que en el momento de medir la variable **calidad del servicio** en hostelería; se suele orientar el estudio hacia los elementos intangibles y no de la misma manera hacia los elementos tangibles, que forman parte importante de la presente investigación. Por ejemplo: el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast no cuenta con instalaciones modernas por su modelo de negocio, sin embargo, esta característica hace atractivo el hospedaje para los usuarios, como se aprecia en los resultados de la encuesta. Se sugiere en futuras investigaciones, adecuar la dimensión elementos tangibles en el uso de la encuesta SERVQUAL, lo que permitirá obtener un resultado acorde al modelo de negocio de hostelería.

El presente estudio de la variable calidad del servicio y sus dimensiones: elementos tangibles, capacidad de respuesta, fiabilidad, seguridad y empatía pueden aplicarse a otros contextos; siendo los elementos tangibles motivo de una ampliación en futuras investigaciones.

En el estudio de los antecedentes de Hallak & Parisini (2015) de la Universidad de Nueva Esparta – Venezuela, la calidad del servicio depende de los lineamientos organizacionales ya que a través de ellos los autores miden las expectativas. En la tesis de De Pedro (2013) de la Universidad Nacional de Sur – Argentina, el estudio de la variable calidad del servicio se enfoca en las dimensiones: confiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad; midiéndose el nivel de significancia a través de dichas dimensiones. Florez (2014) de la Universidad Católica Santa María – Arequipa, menciona que la calidad del servicio será valorada a través de dos dimensiones: confiabilidad y elementos tangibles.

Sin estas, la valoración del servicio recibido, por parte de los clientes, es nula.

Por otro lado, Sánchez (2014) de la Universidad de San Martín de Porres – Lima, estudia la calidad del servicio bajo las dimensiones: confiabilidad, empatía y credibilidad; teniendo en cuenta que los elementos tangibles forman una parte sustancial que afecta a los clientes internos de la organización. Finalmente, Solano (2015) de la Universidad de San Martín de Porres, aplica el modelo SERVPERF (SERVICE PERFORMANCE), para medir la relación entre la calidad del servicio y la percepción, a través de sus principales dimensiones, que son los aspectos tangibles y la respuesta rápida.

La presente investigación tiene similitud en cuanto al estudio de las dimensiones presentadas, pero además hace hincapié en el estudio de los aspectos tangibles dentro del uso del modelo SERVQUAL para medir con precisión las expectativas y percepción de la calidad del servicio de los clientes de acuerdo al sector.

Respecto al estudio teórico de la variable, Ishikawa (1960) con su modelo del control de la calidad, incluye como paradigma a la ***dignidad humana del trabajador***, lo que permitirá una mejor disposición de este para brindar una eficiente calidad. Feigenbaum (1961) menciona que la calidad total debe basarse en el estudio de los aspectos técnicos y administrativos para el logro de la satisfacción de las necesidades de los clientes.

Crosby (1965) plantea que la calidad se basa en procesos preventivos para el logro de **cero defectos**; mientras que Juran (1979) en su aporte de la trilogía de los procesos (**planeación, control y mejora continua**), coincide con el estudio de Deming del ciclo PHVA (**planear, hacer, verificar y actuar**).

Ouchi (1981) en el modelo **Teoría Z** señala que la calidad debe basarse en la confianza, organización y relaciones humanas; en base a una escala de valores, creencias y actitudes. Deming (1989) basándose en el modelo de Crosby, suma la calidad a la productividad y a la competitividad; que permite que todo gire en función al cliente. Las Normas ISO 9000 (2010) menciona que la calidad se basa en características inherentes de la organización, que deben cumplir ciertos requisitos básicos. Gonzáles, Ávila, López y Raynholds (2014) mencionan que la calidad debe satisfacer las necesidades, gustos, preferencias y expectativas de los consumidores.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la presente investigación, la calidad del servicio incluye los aspectos tangibles, por ejemplo, instalaciones atractivas, equipos de aspecto moderno, materiales atractivos, la presentación del personal, lo que permite contrastar con las teorías mencionadas en las bases teóricas. Toda empresa del sector de la hostelería debe pretender ser productiva y competitiva en el mercado a través de la calidad que ofrece y que se refleja mediante los aspectos tangibles e intangibles. Además, basándonos en la trilogía de procesos de Juran, es indispensable que D' Osma Bed & Breakfast esté dispuesto a hacer el correcto uso de la planeación, control y mejora de la calidad en sus instalaciones.

Por otro lado, de acuerdo a los resultados de las expectativas de los encuestados, el sector hostelero debe tener en cuenta los principios de administración preventiva para otorgar una mejor calidad del servicio, de acuerdo al modelo teórico de Crosby.

Lewis y Booms (1983) mencionan que la calidad del servicio responde a las expectativas del cliente, en el caso de D' Osma Bed & Breakfast esto se visualiza en las principales plataformas virtuales, como Tripadvisor.com y Booking.com, así como en la guía Lonely Planet; donde el huésped manifiesta sus experiencias respecto a la calidad del servicio otorgada y los futuros huéspedes forman sus expectativas basándose en ello. Aquí se mide la percepción de la calidad del servicio.

Barroso (2000) afirma que la calidad del servicio debe tomar en cuenta tanto las expectativas como las percepciones de los clientes. Esto se contrasta con los resultados obtenidos en la guía de entrevista, en la cual los expertos afirman que para brindar un servicio de calidad se debe tener en cuenta: materiales adecuados, capacitaciones continuas (mejora continua), y procedimientos o procesos establecidos por la organización, que cumplan con los aspectos tanto técnicos como administrativos.

Respecto a los modelos de la calidad del servicio, Brogowicz, Delene & Li (1990) proponen el Gap Global, basado en el cliente real o potencial; mientras que Nguyen, Bolton & Drew (1991) orientan la calidad del servicio hacia la imagen, el soporte físico y la satisfacción.

Un año después, Bitner (1992) propone el modelo de calidad del servicio basado en el servicio percibido versus las expectativas y Parasuraman, et. al. (1993) proponen el Gap o brechas de la calidad; Rust & Oliver (1994) así mismo, exponen que la calidad del servicio radica de sus percepciones y expectativas. En el mismo año, Grönroos (1994) afirma que la calidad del servicio no solo debe ser **técnica** sino también **funcional**, finalmente Candido & Morris (2000) toman en cuenta las percepciones de los directivos, el personal y los clientes; criterio que permite la integración para la mejora continua de la calidad del servicio.

En referencia a los resultados de la investigación, de acuerdo a la guía de observación, es importante señalar que las expectativas y percepciones de los clientes son importantes para medir la calidad del servicio, respecto a instalaciones atractivas, equipos de aspecto moderno, materiales atractivos, presentación personal, cumplimiento de tiempos prometidos, interés genuino por ayudar, óptimo primer servicio brindado, hábito por prestar bien el servicio, mejora continua, rapidez en la respuesta, información verídica de condiciones del servicio y demás indicadores presentados en la guía de observación.

Se evidencia un real interés por brindar una óptima calidad del servicio al huésped, respecto a cada indicador. Sobre todo, a la hora de cumplir los tiempos establecidos en el proceso de servicio. Además de la empatía del personal en la búsqueda de una atención personalizada y esto se refleja en la plataforma Tripadvisor.com en la cual casi la totalidad de comentarios son positivos para esta dimensión.

Respecto al servicio, Shostack (1977) afirma que el servicio tiene carácter intangible, así como lo reiteran Parasuraman, et. al. (1991), Fisher y Navarro (1994), Berry (1995) y Kotler, Amstrong, Saunders & Wong (2002). La presente tesis se orienta al estudio de ambas propiedades (intangibilidad y tangibilidad); lo que demuestra que es necesaria la realización de actividades adecuadas que posean una esencia tangible o intangible para la satisfacción del cliente.

Respecto a las hipótesis planteadas en la tesis, han sido contrastadas mediante la Prueba T, obteniendo niveles de significancia menores a 0.05.

De acuerdo al análisis correlacional entre los resultados de los cuestionarios aplicados (Expectativas y Percepciones), se obtuvo que para las dimensiones: fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta y empatía se superaron las expectativas de los encuestados. Por otro lado, para la dimensión elementos tangibles, no se superaron las expectativas de los encuestados. Sin embargo, luego de aplicar la correlación por Rho de Spearman para la variable calidad del servicio, se obtuvo que se superaron las expectativas de los encuestados para la variable en general.

Finalmente, del estudio de la presente investigación, se identificó que uno de los principales problemas que se generan en todo tipo de negocio de atención al cliente es el grado de dificultad en aplicar el tipo de encuesta desarrollado en la tesis debido al tiempo que toma la recolección de datos sobre todo en el sector de hostelería con el fin de medir las percepciones de los huéspedes.

CAPÍTULO V: PROPUESTA

5.1 Presentación

La creación del siguiente Manual surgió a raíz de los resultados de la presente investigación, como un aporte a un modelo de empresa peruana emprendedora y sostenible.

La intención es lograr el mejoramiento de la calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast. Quienes, comprometidos con el mejoramiento de la experiencia de alojamiento en conjunto, brindaron información necesaria e importante para el desarrollo del Manual.

El éxito de los servicios de hospedaje, es evidenciado en la satisfacción de expectativas de los usuarios, y hoy en día se busca lograr más que eso, la superación de dichas expectativas. A través del conocimiento pleno de los gustos y necesidades de los usuarios.

En la actualidad, muchos destinos con alta afluencia de turistas, a pesar de no contar con la cantidad y magnitud de atractivos históricos, naturales o culturales, resaltan por la innovación, calidez y calidad de los servicios que brindan.

El propósito del presente Manual es contribuir a la mejora de la calidad del servicio, a través de la aplicación de buenas prácticas de manera estandarizada en el establecimiento en mención, comprometido con la sostenibilidad social, ambiental y económica como empresa.

Además de los establecimientos de hospedaje que requieran una guía para mejorar constantemente como empresa y por el desarrollo del sector.

5.2 Introducción

Como se ha evidenciado en los resultados de la presente investigación, la calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast es óptima. Sin embargo, como en toda empresa, hay situaciones, áreas o indicadores que pueden mejorar, para el logro de una experiencia de alojamiento memorable.

La tendencia global en el sector es cambiante, por lo cual los establecimientos de hospedaje de tipo Bed & Breakfast o Airbnb vienen creciendo en número en todo el mundo. Por ello, adecuarse a las necesidades, tendencias y brindar una calidad del servicio, evidencia su competitividad.

Con el propósito de la mejora constante y superación de puntos débiles en el desarrollo de calidad del servicio en el establecimiento en estudio, se ha desarrollado el presente Manual, el cual puede servir también como guía para cualquier empresa del sector y servir de ayuda para su competitividad, ya que los requerimientos de los usuarios son cada vez mayores.

Mediante la puesta en práctica de las recomendaciones en cuanto a Buenas Prácticas en las distintas áreas del hospedaje, tomando como base la calidad del servicio, a través de las dimensiones: elementos tangibles, capacidad de respuesta, fiabilidad, seguridad y empatía. Reduciendo errores innecesarios, mejorando así la productividad y su posicionamiento

5.3 Objetivo

Orientar al establecimiento D' Osma Bed & Breakfast y empresas similares, en el desarrollo de un servicio estandarizado y de calidad, a través de la aplicación de Buenas Prácticas, generándoles un beneficio como empresa y en el sector.

5.4 Matriz de perfil competitivo

Con el fin de establecer las estrategias adecuadas para la propuesta **el manual de buenas prácticas** se realizó la matriz de perfil competitivo de Charles Kepner. Es así que se tomó en consideración la opinión de 2 expertos en administración de empresas hoteleras para calificar y dar peso a cada uno de los factores de éxito encontrados en el estudio de observación de la tesis.

Procedimiento:

El experto 1; Ponce, B. docente de la Universidad de San Martín de Porres; calificó en orden de importancia y otorgó la siguiente calificación y peso que puede observarse en la tabla N° 75.

Tabla 75. Ponderación de los factores de éxito (experto 1)

Calidad del servicio Factores críticos para el éxito	Experto 1 (B. Ponce)	
	Peso	Orden de importancia
Instalaciones atractivas	0.45	1
Amabilidad del personal	0.15	3
Atención personalizada	0.1	4
Servicio rápido y eficiente	0.25	2
Confianza en el personal	0.05	5
Total	1.00	

Fuente: elaboración propia (2017)

El experto 2; Castro, S. Coordinador del área de turismo y hotelería; calificó en orden de importancia y otorgó la siguiente calificación y peso que puede observarse en la tabla N° 76.

Tabla 76. Ponderación de los factores de éxito (experto 2)

Calidad del servicio Factores críticos para el éxito	Experto 2 (S. Castro)	
	Peso	Orden de importancia
Instalaciones atractivas	0.10	5
Amabilidad del personal	0.30	1
Atención personalizada	0.25	2
Servicio rápido y eficiente	0.20	3
Confianza en el personal	0.15	4
Total	1.00	

Fuente: elaboración propia (2017)

Finalmente se concluye de acuerdo al cruce de las opiniones de los 2 expertos en la tabla N°77 que:

Tabla 77. Ponderación de los factores de éxito

Calidad del servicio	Ponderación de expertos	
	Peso	Orden de Importancia
Factores críticos para el éxito		
Instalaciones atractivas	0.3	1
Amabilidad del personal	0.3	2
Atención personalizada	0.2	3
Servicio rápido y eficiente	0.10	4
Confianza en el personal	0.10	5
Total	1.00	

Fuente: elaboración propia (2017)

Con esta nueva ponderación de los factores críticos para el éxito; se diseñó la matriz de perfil competitivo como se aprecia en la tabla N°78, considerando como competidores B&B Casa Sullay; residencial Miraflores B&B y Casa nuestra B&B; los tres ubicados en la zona de acción y los 3 poseen el mismo modelo de negocio:

Calidad del servicio			D' Osma Bed & Breakfast		B & B Casa Sullay		B & B Residencial Miraflores		B & B Casa Nuestra	
Factores críticos para el éxito	Peso	Importancia	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado
Instalaciones atractivas	0.3	1	2	0.6	2	0.6	3	0.9	3	0.9
Amabilidad del personal	0.3	2	4	1.2	4	1.2	4	1.2	4	1.2
Atención personalizada	0.2	3	4	0.8	4	0.8	4	0.8	4	0.8
Servicio rápido y eficiente	0.1	4	4	0.4	3	0.3	4	0.4	3	0.3
Confianza en el personal	0.1	5	3	0.3	3	0.3	4	0.4	4	0.4
Total	1.00			3.3		3.2		3.7		3.6

Tabla 78. Matriz de perfil competitivo

Fuente: elaboración propia (2017)

Interpretación: La tabla N° 78 evidencia un nivel deficiente en cuanto a las instalaciones atractivas para D' Osma Bed & breakfast, en comparación con sus principales competidores, asimismo en cuanto a confianza en el personal; mostrando cualidades superiores a dos de sus competidores respecto a servicio rápido y eficiente.

Para ello se sugieren dos estrategias; la primera estrategia es la de producto diferenciado respecto a la creación de un desayuno único y la segunda es estrategia de fidelización respecto al servicio rápido y eficiente; por tanto, se sugiere capacitaciones para fidelizar al cliente a través de una buena atención, y un seguimiento personalizado, incluso desde antes de reservar, para generar confianza en el personal de parte de los usuarios.

5.5 Descripción de la empresa

Es importante, indicar el organigrama de la empresa D' Osma Bed & Breakfast, para brindar las recomendaciones para cada área de dicho hospedaje.

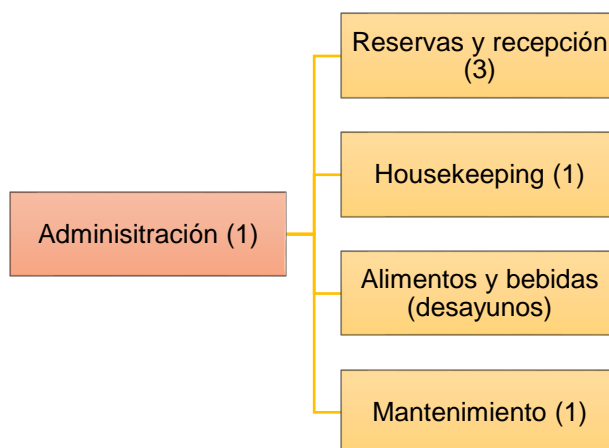


Figura 1. Descripción de la empresa

Fuente: elaboración propia (2017)

Administración: En D' Osma Bed & Breakfast, el gerente hace las veces de administrador hasta cierto punto a la par con un colaborador (a) designado específicamente para dicho cargo. El gerente es jefe de Recursos Humanos y es además relacionista público, haciéndose cargo de concretar ventas, gestionar redes sociales y plataformas de recomendación web.

Reservas y recepción: Se encarga de realizar las reservas de habitaciones, de acuerdo a criterios establecidos por la empresa, vela por la interacción en redes sociales, bajo supervisión del administrador (a). Trabaja de la mano con el área de housekeeping y mantenimiento, atento (a) a cualquier incidente en dichas áreas.

Housekeeping: Se encarga de la limpieza e higiene de las habitaciones e instalaciones del establecimiento, atiende también al huésped ante cualquier necesidad que pueda surgir.

Asimismo, se encarga del control y compra de insumos y preparar los desayunos en el horario establecido para dicho servicio.

Mantenimiento: Se encarga del mantenimiento preventivo de las máquinas, equipos, mobiliario e infraestructura.

5.6 Colaboradores

Los colaboradores son evaluados desde la contratación, en la cual se busca contar con personas con una alta vocación de servicio, empatía y preparación.

Debido al compromiso con el desarrollo del sector, D' Osma contrata personal con o sin experiencia en el rubro, para desarrollar sus habilidades y compartir el conocimiento como empresa.

Cuenta con 01 gerente, 01 administrador, 03 recepcionistas, 01 housekeeper y 01 colaborador de mantenimiento.

En lo que va del año se ha desarrollado un instrumento de evaluación del personal, el cual se aplica una vez al mes para medir su desenvolvimiento.

5.7 Perfil del cliente

El 99% de los huéspedes de D' Osma Bed & Breakfast son extranjeros. Personas de 20 a 35 años. Sus nacionalidades varían. De las personas encuestadas en la presente investigación, hubo un número mayor de provenientes de Francia que de otros países.

5.8 Proveedores

Se trabaja con un proveedor para los insumos de los desayunos, un proveedor de lavandería y un proveedor de amenities, este último comprometido con el cuidado del medio ambiente.

5.9 Buenas prácticas

De acuerdo a los resultados obtenidos de la investigación, a continuación, se presentan recomendaciones de buenas prácticas a aplicar para superar los niveles de calidad del servicio:

5.10.1 Administración y ventas

- Detallar el perfil, funciones y horario de trabajo de cada puesto de manera escrita, dentro de un Manual de funciones.
- Desarrollar documentos escritos o digitales comunicando los logros del mes, nombrando y felicitando al colaborador del mes, explicando el motivo del reconocimiento.
- Desarrollar un Manual de Procedimientos para cada área.
- Realizar auditorías periódicas mínimo cada tres meses para evaluar cada área de la empresa.
- Analizar información del mercado para establecer el perfil del cliente y sus expectativas.
- Desarrollar encuestas de satisfacción, lo cual ayudará a la mejora continua.
- Establecer procedimientos a seguir para tratar quejas y/o reclamos, para luego capacitar a todos los colaboradores al respecto.

- Capacitar al personal para su desenvolvimiento ante alguna emergencia o desastre natural.

5.10.2 Recepción

- Contar con un directorio de atractivos turísticos e información de contacto de la oficina de información turística del distrito, en caso de no tener información solicitada a la mano.
- Contar con plan de evacuación en caso de emergencias.

5.10.3 Housekeeping

- Contar con calefactores o aire acondicionado para el lobby y las habitaciones.
- Mejorar la iluminación y ventilación de las habitaciones y lobby.
- Habitaciones deben contar con cartilla informativa de los servicios y horarios del hospedaje.
- Diseñar cartas de bienvenida a los huéspedes.
- Contar con información de la localidad, mapa de ubicación del establecimiento en cada habitación.
- Diseñar un Manual de Seguridad Ocupacional para esta área. Estableciendo manera adecuada de realizar la limpieza, para evitar lesiones posteriores, caídas, o algún inconveniente para el (la) colaborador(a).

5.10.4 Alimentos y Bebidas (Desayunos)

- Gestionar la compra de utensilios necesarios para atender de manera óptima los desayunos; platos, tazas, cuchillos, exprimidor de naranjas eléctrico, sartenes más grandes, entre otros.

5.10.5 Mantenimiento

- Mejorar iluminación nocturna de la fachada para los huéspedes ubiquen de manera rápida, el hospedaje.
- Renovar ventanas para que estas sean herméticas. Además de tener un revestimiento de paredes anti – ruido también.
- Contar con registro de averías, indicando fechas de detección y reparación.

CONCLUSIONES

- El nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL es óptimo en un 95%; dando niveles de significancia menores a 0.05. Tanto en el cuestionario de Expectativas como en el de Percepciones. Además, de acuerdo al resultado de la correlación de Rho de Spearman, se demostró que las percepciones superaron las expectativas de los encuestados respecto a la variable en conjunto.
- En el cuestionario de Expectativas, los elementos tangibles influyen de manera significativa en el nivel de calidad del servicio en el establecimiento D' Osma Bed & Breakfast en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL, debido a que el sigma bilateral 0.001 es menor que 0.05. Influyen significativamente respecto a equipos de aspecto moderno en un 45%; influyen respecto a las instalaciones atractivas en un 60%; en la presentación personal influyen en un 50% y en los materiales atractivos en un 45%.

En el cuestionario de Percepciones, los elementos tangibles influyen de manera significativa en el nivel de calidad del servicio en el establecimiento D' Osma Bed & Breakfast en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL, debido a que el sigma bilateral 0.001 es menor que 0.05.

Influyen significativamente respecto a equipos de aspecto moderno en un 35%; influyen respecto a las instalaciones atractivas en un 45%; en la presentación personal influyen en un 90% y en los materiales atractivos en un 60%.

Además, de acuerdo al resultado de la correlación de Rho de Spearman, se demostró que las percepciones no superaron las expectativas de los encuestados respecto a dicha dimensión.

- En el cuestionario de Expectativas, la fiabilidad influye significativamente en el nivel de calidad del servicio en el hospedaje D' Osma Bed & Breakfast en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL, debido a que el sigma bilateral 0.001 es menor que 0.05. Influye significativamente respecto a la capacidad para cumplir los tiempos prometidos en un 55%; interés genuino por ayudar en un 55%; para el hábito de prestar bien el servicio también en un 55%. Y respecto a cumplir con lo ofrecido influye en un 50%. Y respecto a evitar errores, influye en un 50%.

En el cuestionario de Percepciones, la fiabilidad influye significativamente en el nivel de calidad del servicio en el hospedaje D' Osma Bed & Breakfast en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL, debido a que el sigma bilateral 0.001 es menor que 0.05. Influye significativamente respecto a la capacidad para cumplir los tiempos prometidos en un 90%; interés genuino por ayudar en un 95%; para el hábito de prestar bien el servicio también en un 85%. Respecto a cumplir

con lo ofrecido influyen en un 80%. Y respecto a evitar errores, influye en un 80%.

Además, de acuerdo al resultado de la correlación de Rho de Spearman, se demostró que las percepciones superaron las expectativas de los encuestados respecto a dicha dimensión.

- En el cuestionario de Expectativas, la capacidad de respuesta influye significativamente en el nivel de calidad del servicio en el hospedaje D' Osma Bed & Breakfast en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL, debido a que el sigma bilateral 0.001 es menor que 0.05. En cuanto a información verídica de las condiciones del servicio, en un 45%; respecto a rapidez en la respuesta influye en un 40%; en cuanto a la disponibilidad de ayuda, un 55%. Y respecto a dedicar tiempo necesario para absolver dudas, en un 60%.

En el cuestionario de Percepciones, la capacidad de respuesta influye significativamente en el nivel de calidad del servicio en el hospedaje D' Osma Bed & Breakfast en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL, debido a que el sigma bilateral 0.001 es menor que 0.05. En cuanto a información verídica de las condiciones del servicio, en un 65%; respecto a rapidez en la respuesta influye en un 95%; en cuanto a la disponibilidad de ayuda, un 95%. Y respecto a dedicar tiempo necesario para absolver dudas, en un 90%.

Además, de acuerdo al resultado de la correlación de Rho de Spearman, se demostró que las percepciones superaron las expectativas de los encuestados respecto a dicha dimensión.

- En el cuestionario de Expectativas, la seguridad influye significativamente en el nivel de calidad del servicio en el hospedaje D' Osma Bed & Breakfast en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL, debido a que el sigma bilateral 0.001 es menor que 0.05. Respecto a que el personal inspira confianza, influye en un 45%; en cuanto a la seguridad durante el servicio, en un 60%; respecto a la amabilidad del personal, en un 65%. Y respecto al personal con conocimiento, influye en un 50%.

En el cuestionario de Percepciones, la seguridad influye significativamente en el nivel de calidad del servicio en el hospedaje D' Osma Bed & Breakfast en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL, debido a que el sigma bilateral 0.001 es menor que 0.05. Respecto a que el personal inspira confianza, influye en un 90%; en cuanto a la seguridad durante el servicio, en un 80%; respecto a la amabilidad del personal, en un 95%. Y respecto al personal con conocimiento, influye en un 80%.

Además, de acuerdo al resultado de la correlación de Rho de Spearman, se demostró que las percepciones superaron las expectativas de los encuestados respecto a dicha dimensión.

- En el cuestionario de Expectativas, la empatía influye significativamente en el nivel de calidad del servicio en el hospedaje D' Osma Bed & Breakfast en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL, debido a que el sigma bilateral 0.001 es menor que 0.05. Respecto al seguimiento personalizado, influye en un 45%; en cuanto al horario adecuado, influye en un 50%; respecto a la atención personalizada, influye en un 50%; en

cuanto a lograr intereses del cliente, en un 55% y respecto a comprensión de necesidades del cliente, un 45%.

En el cuestionario de Percepciones, la empatía influye significativamente en el nivel de calidad del servicio en el hospedaje D' Osma Bed & Breakfast en el año 2017, basado en el modelo de medición SERVQUAL, debido a que el sigma bilateral 0.001 es menor que 0.05. Respecto al seguimiento personalizado, influye en un 90%; en cuanto al horario adecuado, influye en un 85%; respecto a la atención personalizada, influye en un 85%; en cuanto a lograr intereses del cliente, en un 85% y respecto a comprensión de necesidades del cliente, un 85%.

Además, de acuerdo al resultado de la correlación de Rho de Spearman, se demostró que las percepciones superaron las expectativas de los encuestados respecto a dicha dimensión.

RECOMENDACIONES

- El nivel de calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast es óptimo, lo cual se evidencia en la presente investigación, sin embargo, no se ha superado las expectativas de todas las dimensiones, tal es el caso de elementos tangibles, por otro lado, para las dimensiones fiabilidad y seguridad se han superado las expectativas, pero en un porcentaje bajo. Por ello, se recomienda gestionar las mejoras para tales dimensiones, detalladas a continuación.
- Los elementos tangibles influyen significativamente en la calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje en estudio. Sin embargo, no se superaron las expectativas de los encuestados para esta dimensión, por ello se recomienda que, si bien por su modelo de negocio los equipos de habitaciones, así como los de áreas públicas no requieren ser modernos, sí se debería contar con calefacción para los meses de invierno, ya que las características del distrito de Barranco son de mucho frío y humedad durante dicha estación. A cerca de las instalaciones atractivas, se recomienda mejorar la iluminación y ventilación de las habitaciones, así como la renovación de los muebles del patio.

- La fiabilidad influye significativamente en la calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje en estudio. Si bien se superaron las expectativas para esta dimensión, no fue con un alto porcentaje, por ello, se recomienda que, para el indicador hábito de prestar bien el servicio, se establezcan procesos y procedimientos para cada área del hospedaje y que estos sean de conocimiento y manejo de todo el personal, para que así se asegure la calidad del servicio independientemente de quién lo realice. Para el indicador cumplir con lo ofrecido, se recomienda que el personal tenga conocimiento de cada reserva que llega y del seguimiento de cada una de ellas, para que se conozca lo ofrecido, tanto del servicio como de precios, para que se cumpla con lo ofrecido sin necesidad de que el huésped se lo recuerde al staff.
- La capacidad de respuesta influye significativamente en la calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje en estudio. Se superaron las expectativas de los encuestados para esta dimensión, sin embargo, se recomienda que para el indicador información verídica de condiciones del servicio, se indique al usuario en el correo de reserva, que por su propia seguridad lea detenidamente las condiciones del servicio que son enviadas en dicho correo, reiterarlas al momento del check in, gestionar cartillas que contengan dicha información y colocarlas en cada velador de las habitaciones. Además de absolver claramente las dudas que hubiera respecto a ello.

- La seguridad influye significativamente en la calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje en estudio. Si bien se superaron las expectativas para esta dimensión, no fue con un alto porcentaje, por ello, se recomienda que, para el indicador personal con conocimiento, se establezcan capacitaciones dirigidas a la preparación constante del personal en temas de calidad del servicio, actualidad hostelera, seguridad ocupacional y de atractivos turísticos.
- La empatía influye significativamente en la calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje en estudio. Para esta dimensión, las percepciones superaron las expectativas. Es la dimensión que mejor maneja el establecimiento en estudio, el cual se caracteriza por brindar un servicio personalizado. Sin embargo, para resaltar aún más en esta fortaleza, se recomienda crear programas semanales de visitas a sitios de interés en el distrito, de acuerdo a la motivación de viaje de los huéspedes, adecuando dichas visitas a las necesidades y/o intereses de los mismos, información que pueden obtener gracias a las hojas de registro que manejan para el check – in.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Bibliográficas

- Acerenza, M. (2004). *Fundamentos de Marketing turístico*. México: Editorial Trillas.
- Berlinches, A. (2002). *Calidad*. Madrid: Paraninfo.
- Deming, E. (1989). *Calidad, productividad y competitividad: La salida de la crisis*. Madrid: Díaz de Santos.
- Ishikawa, K. (1992). *Qué es el control total de calidad: La modalidad japonesa*. Bogotá: Prentice Hall.
- Kotler, P., et. al. (2002). *Introducción al marketing*. México: Editorial Pearson Prentice Hall Europe.
- Olivera, I. (2009). El cliente y la calidad en el servicio. México: Editorial Trillas.
- Ponce, B. (2015) Separata del curso de Metodología de Investigación. Escuela de Turismo y Hotelería. USMP. (Pp. 80:82)
- Sánchez, G. (2014). Características de la comunicación institucional en la calidad del servicio – Hospital Nacional Hipólito Unanue. Universidad de San Martín de Porres.
- Solano, M. (2015). *Calidad de servicio en la agencia de viajes Destinos y Turismo y su relación con la percepción del usuario entre los meses de marzo a julio del 2013*. Universidad de San Martín de Porres.

Zeithaml, V., Parasuraman, A. & Berry, L. (1993). *Calidad total en la gestión de servicios*. Madrid: Ed. Díaz de Santos.

Electrónicas

Alianza del Pacífico. *La calidad turística en los países de la Alianza del Pacífico*.

Recuperado de: <http://es.slideshare.net/pasante/cartilla-calidad-turistica-paises-alianza-pacifico>

Atout France. *El sello francés de calidad*. Recuperado de: <http://es.france.fr/es/informaci%C3%B3n/el-sello-frances-de-calidad>

Bergna, P. (2015). *Sistema Argentino de Calidad Turística (SACT)*. Recuperado de: <https://prezi.com/cg3g706tkun/sact-sistema-argentino-de-calidad-turistica/>

Blog de Sayce sobre la familia de normas ISO 9000 y los sistemas de gestión de calidad (2010). Recuperado de: <http://iso9001-sayce.blogspot.pe/2010/01/conceptos-de-calidad-caracteristica-y.html>

Caldera, E. Pirela, J. & Ortega, E. (2011). *Dimensiones para el estudio de la calidad de servicios en bibliotecas universitarias*. Documentación de las Ciencias de la Información. Vol. 34, 333-347. Recuperado de: <http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/viewFile/36462/35310>

Cenobio, M. G. J. C., Jaramillo, V. D., & Serrano, C. I. (2006). *Gestión de la calidad en procesos de servicios y productivos*. México, D.F., MX: Instituto Politécnico Nacional. Recuperado de: <http://site.ebrary.com/lib/bibliotecafmhsp/detail.action?docID=10345267&p00=calidad>

Cubillos, M., & Rozo, D. (2009). El concepto de calidad: Historia, evolución e importancia para la competitividad. *Revista Universidad de La Salle*, 0 (48), 80-99.

Recuperado de <http://revistas.lasalle.edu.co/index.php/ls/article/view/1260/1153>

De Pedro, P. (2013). La Calidad de servicio bancario: una escala de medición. Universidad Nacional del Sur. Recuperado de:

<http://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/123456789/2354/1/Tesis%20Paola%20de%20Pedro.pdf>

Duque, E. (2005) *Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición*. INNOVAR. Revista de ciencias administrativas y sociales, vol. 15, núm.

25, enero-junio, 2005, pp. 64-80. Recuperado de:

<http://www.redalyc.org/pdf/818/81802505.pdf>

Español Oxford Living Dictionaries (2017). Recuperado de:

<https://es.oxforddictionaries.com/definicion/staff>

Estrategia Nacional de Viajes y Turismo (2012). *Grupo de trabajo sobre viajes y competitividad*. Recuperado de: <http://tinet.ita.doc.gov/pdf/national-travel-and-tourism-strategy.pdf>

<http://tinet.ita.doc.gov/pdf/national-travel-and-tourism-strategy.pdf>

Fernández, J. (2012) *La medición de satisfacción (Modelo SERVQUAL) en una organización que atiende a personas con discapacidad intelectual*. Universidad

Politécnica de Madrid. Recuperado de:

<http://www.dia.fi.upm.es/~jafernan/projects/ccam-servqual.pdf>

Florez, F. (2014). Análisis de la calidad del servicio a bordo ofrecido en los trenes turísticos de la empresa PERURAIL, Ruta Ollantaytambo - Aguas Calientes 2012-

2013. Recuperado de: <https://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/handle/UCSM/3569>

González, G. et. al. (2014) Historia de la Calidad. Recuperado de:
<http://fliphtml5.com/ramf/zsuf/basic>

González, R. (2015). *Evaluación de la calidad del servicio percibida en entidades bancarias a través de la escala SERVQUAL*. Ciencia e Ingeniería Neogranadina, 25 (1), pp. 113-135. Recuperado de:
<http://www.scielo.org.co/pdf/cein/v25n1/v25n1a08.pdf>

Hallak, J., Parisini, C. (2015). *Manual de calidad de servicio para la cadena Casa Tropical Boutiques Hotels & Lodges Venezuela*. Universidad Nueva Esparta. Recuperado de:

<http://miunespace.une.edu.ve/jspui/bitstream/123456789/2767/1/TG5491.pdf>

Instituto para la Calidad Turística Española (2009). *¿Qué es la “Q” de Calidad Turística?* Recuperado de:
http://www.calidadturistica.es/motor.php?id_pagina=menu/que_es

Matsumoto, R. (2014). *Desarrollo del Modelo SERVQUAL para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda experto*. Universidad Católica Boliviana “San Pablo”. Recuperado de:
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332014000200005

Mendoza, A. J. A. (2009). *Medición de la calidad del servicio*. Córdoba, AR: El Cid Editor | apuntes, p.11. Recuperado de:
<http://site.ebrary.com/lib/bibliotecafmhsp/reader.action?docID=10316508>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2012). *Manual de Buenas Prácticas de Gestión de Servicios para Establecimientos de Hospedaje*. Recuperado de:

<https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/02/28-manual-hoteleromincetur.pdf>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Plan Estratégico Nacional de Turismo 2012-2021, p.35. Recuperado de: http://ww2.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/PENTUR_Final.pdf

Mondragón, M. (2014). *Uso de la correlación de Spearman en un estudio de intervención en fisioterapia*. *Movimiento Científico* Vol. 8 ISSN: 2011-7191. Corporación Universitaria Iberoamericana. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/281120822_USO_DE_LA_CORRELACION_DE_SPEARMAN_EN_UN_ESTUDIO_DE_INTERVENCION_EN_FISIOTERAPIA

Organización Mundial del Turismo (2015). *Panorama OMT del turismo internacional*. Recuperado de: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416875>

Plan Nacional de Calidad Turística – CALTUR 2016-2025. Recuperado de: http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/transparencia/proyectos%20resoluciones/RM_Nro_113_2016_Caltur_Proyecto.pdf

Serrano, A. & Fernández, M. (2007). *El comportamiento de la empresa ante entornos dinámicos: XIX Congreso anual y XV Congreso Hispano Francés de AEDEM*, Vol. 2, 2007. Pág. 2. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2480844>

- Santomá, R., Costa, G. (2007) *Calidad de servicio en la industria hotelera: Revisión de la literatura*. Revista de Análisis Turístico, N°3, 1er semestre, pp. 27-44. ISSN: 1885-2564. Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT). Recuperado de: <http://www.aecit.org/jornal/index.php/AECIT/article/view/53>
- Thompson, I. (2006) *Definición de Servicios*. Recuperado de: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/definicion-servicios.html>
- Torres, M. & Vásquez, C. (2015) *Modelos de evaluación de la calidad del servicio: Caracterización y análisis*. Recuperado de: http://www.ucla.edu.ve/dac/compendium/revista35/Compendium_35_2015_4.pdf
- Vargas, Q., & Aldana, D. (2007). *Calidad en el servicio*. Madrid, ES: Universidad de La Sabana. Recuperado de: <http://site.ebrary.com/lib/bibliotecafmhsp/detail.action?docID=10565616&p00=calidad>
- Vargas, Q., & Aldana, D. (2011). *Calidad y servicio: conceptos y herramientas*. (2a. ed.). Bogotá, CO: Ecoe Ediciones. p.84. Recuperado de: <http://site.ebrary.com/lib/bibliotecafmhsp/reader.action?docID=10552805>
- Verdugo, C., Barbosa, R., Prada, L. (2016) *Variables relevantes para la medición de la calidad percibida del servicio bancario*. Universidad Nacional de Colombia, p.213. Recuperado de: <http://search.proquest.com/docview/1802641358?accountid=14747>
- Vigésimo tercera edición del Diccionario de la lengua española (2014) Recuperado de: <http://dle.rae.es/>

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ITEMS																										
CALIDAD DEL SERVICIO	Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. (1993) definen la calidad del servicio como "la amplitud de la discrepancia o diferencia que exista entre las discrepancias o deseos de los clientes y sus percepciones".	Elementos tangibles	Todo aquello elemento físico que facilita la prestación del un servicio de calidad.	Equipos de aspecto moderno	1,2,3,4																										
				Instalaciones atractivas																											
				Presentación personal																											
				Materiales atractivos																											
		Fiabilidad	Capacidad de la empresa para demostrar al cliente, su capacidad y conocimiento	Cumplir tiempos prometidos	Interés genuino por ayudar	Hábito de prestar bien el servicio	Cumplir con lo ofrecido	Evitar errores	5,6,7,8,9																						
										Capacidad de respuesta	Actitud de ayuda hacia los clientes, brindando un servicio accesible y eficiente	Información verídica de condiciones del servicio	Rapidez en la respuesta	Disponibilidad de ayuda	Dedicar tiempo necesario para absolver dudas	10,11,12,13															
																	Seguridad	Sentimiento de confianza del usuario hacia la empresa, de que sus requerimientos serán resueltos a la brevedad posible.	Personal inspira confianza	Seguridad durante el servicio	Amabilidad del personal	Personal con conocimiento	14,15,16,17								
																								Empatía	Actitud y disposición hacia el cliente, mediante una atención personalizada	Seguimiento personalizado	Horario adecuado	Atención personalizada	Se busca lograr intereses del cliente	Comprensión de necesidades del cliente	18,19,20,21,22
		Empatía	Actitud y disposición hacia el cliente, mediante una atención personalizada	Seguimiento personalizado	Horario adecuado	Atención personalizada	Se busca lograr intereses del cliente	Comprensión de necesidades del cliente	18,19,20,21,22																						
										Empatía	Actitud y disposición hacia el cliente, mediante una atención personalizada	Seguimiento personalizado	Horario adecuado	Atención personalizada	Se busca lograr intereses del cliente	Comprensión de necesidades del cliente	18,19,20,21,22														
																		Empatía	Actitud y disposición hacia el cliente, mediante una atención personalizada	Seguimiento personalizado	Horario adecuado	Atención personalizada	Se busca lograr intereses del cliente	Comprensión de necesidades del cliente	18,19,20,21,22						

Anexo 02: Cuestionarios

CUESTIONARIO SERVQUAL

(“Expectativas” Zeithaml, V., Parasuraman, A. y Berry, L. 1993. Adaptado por Capcha, M. 2017)

Estimado huésped, la presente encuesta tiene como finalidad la mejora constante de nuestros servicios. Esta se divide en dos partes: la primera parte es la que realizará a continuación, la segunda parte se realizará antes de su check - out.

Basándose en las referencias y expectativas que tiene sobre el servicio que le brindará D’ Osma Bed & Breakfast, indíquenos en qué escala (del 1 al 7) cree usted que el hospedaje cubrirá dichas expectativas. No hay respuestas correctas o incorrectas.

EXPECTATIVAS SOBRE D’ OSMA BED & BREAKFAST

1. ¿Cree que D’ Osma Bed & Breakfast tendrá su mobiliario de aspecto moderno?
2. ¿Espera que las habitaciones e instalaciones de D’ Osma Bed & Breakfast sean cómodas y atractivas?
3. ¿Espera que el staff de D’ Osma Bed & Breakfast tenga una buena imagen personal?
4. ¿Espera que la ropa de cama, amenities y otros relacionados con el servicio de D’ Osma Bed & Breakfast serán visualmente atractivos?
5. ¿Cree que cuando D’ Osma Bed & Breakfast se comprometa a ayudarte con algo referente a su estadía, lo hará?
6. ¿Cree que, si tuviera un problema en D’ Osma Bed & Breakfast, el personal mostrará un sincero interés en solucionarlo?
7. ¿Cree que D’ Osma Bed & Breakfast prestará un buen servicio de forma constante, durante toda su estadía?

8. ¿Cree que D' Osma Bed & Breakfast cumplirá con lo ofrecido en el momento acordado?
9. ¿Cree que en D' Osma Bed & Breakfast serán cuidadosos en no cometer errores en sus registros o documentos durante su estadía?
10. ¿Cree que el staff de D' Osma Bed & Breakfast le informará puntualmente y con sinceridad sobre todas las condiciones del servicio?
11. ¿Cree que el staff de D' Osma Bed & Breakfast ofrecerá un servicio rápido y ágil?
12. ¿Cree que el staff de D' Osma Bed & Breakfast siempre estará dispuesto a ayudarlo?
13. ¿Cree que el staff de D' Osma Bed & Breakfast dedicará tiempo necesario para responder a sus preguntas?
14. ¿Cree que el comportamiento del staff de D' Osma Bed & Breakfast le transmitirá confianza?
15. ¿Cree que en los pagos que realice con D' Osma Bed & Breakfast se sentirá seguro?
16. ¿Cree que el staff de D' Osma Bed & Breakfast será amable con usted durante toda su estadía?
17. ¿Cree que el staff de D' Osma Bed & Breakfast tendrá conocimiento suficiente para responder a sus preguntas?
18. ¿Cree que el staff de D' Osma Bed & Breakfast estará pendiente de todas sus solicitudes?
19. ¿Cree que el horario de los servicios en D' Osma Bed & Breakfast son adecuados?
20. ¿Cree que el staff de D' Osma Bed & Breakfast le ofrecerá información y atención personalizada?

21. ¿Cree que el staff de D' Osma Bed & Breakfast buscará lo mejor para sus intereses?
22. ¿Cree que el staff de D' Osma Bed & Breakfast comprenderá sus necesidades específicas, durante su estadía?

PERCEPCIONES SOBRE D' OSMA BED & BREAKFAST

De acuerdo a la experiencia que ha tenido sobre el servicio que ofrece D' Osma Bed & Breakfast, indíquenos en qué escala (del 1 al 7) cree usted que el hospedaje cubrió cada criterio descrito a continuación.

No hay respuestas correctas o incorrectas, lo importante es que refleje con precisión las características que usted cree que D' Osma Bed & Breakfast le brindó durante su estadía.

NOMBRE DEL HUÉSPED: _____

1. ¿D' Osma Bed & Breakfast tiene mobiliario de aspecto moderno?
2. ¿Las habitaciones e instalaciones de D' Osma Bed & Breakfast son cómodas y atractivas?
3. ¿El staff de D' Osma Bed & Breakfast tiene una buena imagen personal?
4. ¿La ropa de cama, amenities y otros relacionados con el servicio de D' Osma Bed & Breakfast son visualmente atractivos?
5. ¿Cuando D' Osma Bed & Breakfast se comprometió a hacer algo en cierto tiempo, lo hizo?
6. ¿Ante algún problema o inconveniente en D' Osma Bed & Breakfast, el personal mostró un sincero interés en solucionarlo?
7. ¿D' Osma Bed & Breakfast prestó un buen servicio de forma constante durante toda su estadía?
8. ¿D' Osma Bed & Breakfast cumplió con lo ofrecido en el tiempo acordado?
9. ¿En D' Osma Bed & Breakfast fueron cuidadosos en no cometer errores en sus registros o documentos durante su estadía?
10. ¿El staff de D' Osma Bed & Breakfast le informó puntualmente y con sinceridad sobre todas las condiciones del servicio?

11. ¿El staff de D' Osma Bed & Breakfast le ofreció un servicio rápido y eficiente?
12. ¿El staff de D' Osma Bed & Breakfast siempre estuvo dispuesto a ayudarlo?
13. ¿El staff de D' Osma Bed & Breakfast dedicó tiempo necesario para responder a sus preguntas?
14. ¿El comportamiento del staff de D' Osma Bed & Breakfast le transmitió confianza?
15. ¿En los pagos que realizó con D' Osma Bed & Breakfast se sintió seguro?
16. ¿El staff de D' Osma Bed & Breakfast fue siempre amable?
17. ¿El staff de D' Osma Bed & Breakfast mostró conocimiento suficiente para responder a sus preguntas?
18. ¿El staff de D' Osma Bed & Breakfast estuvo pendiente de todas sus solicitudes?
19. ¿El horario de los servicios en D' Osma Bed & Breakfast son adecuados?
20. ¿El staff de D' Osma Bed & Breakfast le ofreció información y atención personalizada?
21. ¿El staff de D' Osma Bed & Breakfast buscó lo mejor para sus intereses?
22. ¿El staff de D' Osma Bed & Breakfast comprendió sus necesidades específicas?

SERVQUAL SURVEY

Dear guest, the purpose of this survey is to constantly improve our services. It contains 2 parts: the first part is the one you will perform next; the second part will take place before you check out.

According to the references and expectations you have about the service provided by D' Osma Bed & Breakfast, tell us the degree (from 1 to 7) in which you think we will meet the mentioned expectations. There are no correct or incorrect answers.

EXPECTATIONS ABOUT D' OSMA BED & BREAKFAST

1. Do you think D' Osma Bed & Breakfast will have a modern decoration and equipment?
2. Do you expect D' Osma Bed & Breakfast accommodations will be comfortable and attractive?
3. Do you believe D' Osma Bed & Breakfast's staff will show a good personal presentation?
4. Do you expect the bedding, amenities and other services D' Osma Bed & Breakfast offers to be visually attractive?
5. Do you believe D' Osma Bed & Breakfast will keep their promise of helping you with everything related to your stay?
6. Do you think that whenever a problem arises at D' Osma Bed & Breakfast, the staff may be sincerely willing to solve it?
7. Do you expect D' Osma Bed & Breakfast to grant you a good service all along your stay?
8. Do you think D' Osma Bed & Breakfast will give you everything they offered in time?

9. Do you expect D' Osma Bed & Breakfast to be careful enough not to make any mistake in managing your personal data?
10. Do you believe D' Osma Bed & Breakfast's staff will inform you about all the terms of service sincerely and in time?
11. Do you think D' Osma Bed & Breakfast's staff may offer you a quick and frisky service?
12. Do you expect D' Osma Bed & Breakfast's staff to be always willing to help you?
13. Do you believe D' Osma Bed & Breakfast's staff will take enough time to answer all your questions?
14. Do you think the behavior of D' Osma Bed & Breakfast's staff may inspire you confidence?
15. Do you expect to feel secure whenever you make any payments to D' Osma Bed & Breakfast?
16. Do you think D' Osma Bed & Breakfast' staff will show you kindness during your whole stay?
17. Do you expect D' Osma Bed & Breakfast's staff to be well prepared to answer all your questions?
18. Do you believe the staff at D' Osma Bed & Breakfast will pay attention to everything you may ask?
19. Do you consider the services schedule at D' Osma Bed & Breakfast is adequate?
20. Do you expect D' Osma Bed & Breakfast's staff to offer you customized attention and precise information?
21. Do you think the staff at D' Osma Bed & Breakfast will procure the best for your interests?
22. Do you believe the staff at D' Osma Bed & Breakfast will understand your specific requirements during your stay?

PERCEPTIONS ABOUT D' OSMA BED & BREAKFAST

Based on your experience about the service D' Osma Bed & Breakfast provided you, tell us the degree (from 1 to 7) in which you think we completed the mentioned expectations.

There are no correct or incorrect answers, the importance of this survey is that it reflect your perception about the service D' Osma Bed & Breakfast provided you during your stay.

GUEST NAME: _____

1. Does D' Osma Bed & Breakfast decoration and equipment present a modern aspect?
2. Are the accomodations at D' Osma Bed & Breakfast comfortable and attractive?
3. Do the D' Osma Bed & Breakfast's staff show a good personal presentation?
4. Are the bedding, amenities and other services D' Osma Bed & Breakfast offers visually attractive?
5. Did D' Osma Bed & Breakfast keep their promise of helping you with everything related to your stay?
6. Whenever a problem arose at D' Osma Bed & Breakfast, were the personnel sincerely willing to solve it?
7. Did D' Osma Bed & Breakfast grant you a good service all along your stay?
8. Did D' Osma Bed & Breakfast give you everything they offered in time?
9. Were the personnel at D' Osma Bed & Breakfast careful enough not to make any mistake in managing your personal data?
10. Did D' Osma Bed & Breakfast's staff inform you about all the terms of service clearly and in time?
11. Did D' Osma Bed & Breakfast's staff offer you a quick and efficient service?

12. Were D' Osma Bed & Breakfast's personnel always willing to help you?
13. Did D' Osma Bed & Breakfast's staff take enough time to answer all your questions?
14. Did the behavior of D' Osma Bed & Breakfast's staff inspire you confidence?
15. Did you feel secure whenever you made any payments to D' Osma Bed & Breakfast?
16. Did D' Osma Bed & Breakfast' personnel show you kindness during your whole stay?
17. Was the D' Osma Bed & Breakfast's staff well prepared to answer all your questions?
18. Did the personnel at D' Osma Bed & Breakfast pay attention to everything you asked?
19. Was the services schedule at D' Osma Bed & Breakfast adequate?
20. Did D' Osma Bed & Breakfast's staff offer you customized attention and precise information?
21. Did the staff at D' Osma Bed & Breakfast procure the best for your interests?
22. Did the staff at D' Osma Bed & Breakfast understand your specific requirements during your stay?

Anexo 03: Guía de observación

GUÍA DE OBSERVACIÓN DE LOS INDICADORES EN LA EMPRESA D' OSMA BED & BREAKFAST

Puntos a observar (Dimensiones)	Apreciación del observador					
	Indicadores	No procede	Muy bajo	Bajo	Alto	Muy alto
Elementos tangibles	Equipos de aspecto moderno			●		
	Instalaciones atractivas			●		
	Presentación personal			●		
	Materiales atractivos				●	
Fiabilidad	Cumplir tiempos prometidos					●
	Interés genuino por ayudar					●
	Hábito de prestar bien el servicio					●
	Cumplir con lo ofrecido					●
	Evitar errores					●
Capacidad de respuesta	Información verídica de condiciones del servicio					●
	Rapidez en la respuesta					●
	Disponibilidad de ayuda					●
	Dedicar tiempo necesario para absolver dudas					●
Seguridad	Personal inspira confianza					●
	Seguridad durante el servicio					●
	Amabilidad del personal					●
	Personal con conocimiento					●
Empatía	Seguimiento personalizado					●
	Horario adecuado					●
	Atención personalizada					●
	Se busca lograr intereses del cliente					●
	Comprensión de necesidades del cliente					●

Anexo 04: Guía de entrevista

Buenos días/tardes. Mi nombre es María Capcha y estoy realizando un estudio sobre la calidad del servicio en este establecimiento de hospedaje.

El objetivo es poder conocer su opinión para colaborar con el análisis de la calidad del servicio en D' Osma Bed & Breakfast.

En este sentido, siéntase libre de compartir sus ideas en este espacio. No hay respuestas correctas o incorrectas, lo importante es conocer su opinión.

La información que nos brinde será utilizada solo para fines de la investigación, sus respuestas serán unidas a otras opiniones de manera anónima.

¡Desde ya, muchas gracias por su tiempo!

Datos del entrevistado

Antigüedad en el puesto:

Experiencia laboral:

1. Si yo le digo "calidad del servicio", ¿qué es lo primero que se le viene a la mente? ¿Por qué? ¿Algo más?
2. ¿En D' Osma se realizan prácticas de calidad del servicio? ¿Cuáles son?
3. ¿Considera usted que cuenta con los materiales necesarios para brindar un servicio de calidad? ¿Por qué? ¿Cuáles son?

EN CASO DE QUE LA RESPUESTA SEA NO:

¿Cuáles serían los materiales que usted considera necesarios para brindar un servicio de calidad? ¿Por qué?

4. ¿Recibió usted una inducción o capacitación al inicio de su experiencia en D' Osma? ¿Ha recibido capacitaciones posteriores?

EN CASO DE QUE LA RESPUESTA SEA NO:

- ¿Cree usted que el recibir capacitación antes del inicio de su experiencia en D' Osma le hubiera ayudado a brindar un mejor servicio? ¿Por qué?
- ¿Qué temas serían los imprescindibles en dichas capacitaciones desde su punto de vista?
5. ¿Qué lo motiva a trabajar en el sector hotelero? ¿Qué piensa de la vocación de servicio?
6. ¿Para las labores que usted realiza, se manejan procedimientos o procesos establecidos por la empresa? ¿Cuáles son?
7. ¿Considera usted que el huésped conoce bien las condiciones del servicio? ¿Por qué?
8. ¿Recibe el personal capacitaciones durante su periodo de trabajo en D' Osma?
9. ¿En D' Osma se busca brindar una atención personalizada? ¿Por qué cree usted que se busca ello? ¿De qué manera se busca lograrlo o qué medios se utilizan para dicho fin?

Anexo 05: Tabla de distribución normal estándar

Z	0.00	0.01	0.02	0.03	0.04	0.05	0.06	0.07	0.08	0.09
0.0	0.0000	0.0040	0.0080	0.0120	0.0160	0.0199	0.0239	0.0279	0.0319	0.0359
0.1	0.0398	0.0438	0.0478	0.0517	0.0557	0.0596	0.0636	0.0675	0.0714	0.0753
0.2	0.0793	0.0832	0.0871	0.0910	0.0948	0.0987	0.1026	0.1064	0.1103	0.1141
0.3	0.1179	0.1217	0.1255	0.1293	0.1331	0.1368	0.1406	0.1443	0.1480	0.1517
0.4	0.1554	0.1591	0.1628	0.1664	0.1700	0.1736	0.1772	0.1808	0.1844	0.1879
0.5	0.1915	0.1950	0.1985	0.2019	0.2054	0.2088	0.2123	0.2157	0.2190	0.2224
0.6	0.2257	0.2291	0.2324	0.2357	0.2389	0.2422	0.2454	0.2486	0.2517	0.2549
0.7	0.2580	0.2611	0.2642	0.2673	0.2704	0.2734	0.2764	0.2794	0.2823	0.2852
0.8	0.2881	0.2910	0.2939	0.2967	0.2995	0.3023	0.3051	0.3078	0.3106	0.3133
0.9	0.3159	0.3186	0.3212	0.3238	0.3264	0.3289	0.3315	0.3340	0.3365	0.3389
1.0	0.3413	0.3438	0.3461	0.3485	0.3508	0.3531	0.3554	0.3577	0.3599	0.3621
1.1	0.3643	0.3665	0.3686	0.3708	0.3729	0.3749	0.3770	0.3790	0.3810	0.3830
1.2	0.3849	0.3869	0.3888	0.3907	0.3925	0.3944	0.3962	0.3980	0.3997	0.4015
1.3	0.4032	0.4049	0.4066	0.4082	0.4099	0.4115	0.4131	0.4147	0.4162	0.4177
1.4	0.4192	0.4207	0.4222	0.4236	0.4251	0.4265	0.4279	0.4292	0.4306	0.4319
1.5	0.4332	0.4345	0.4357	0.4370	0.4382	0.4394	0.4406	0.4418	0.4429	0.4441
1.6	0.4452	0.4463	0.4474	0.4484	0.4495	0.4505	0.4515	0.4525	0.4535	0.4545
1.7	0.4554	0.4564	0.4573	0.4582	0.4591	0.4599	0.4608	0.4616	0.4625	0.4633
1.8	0.4641	0.4649	0.4656	0.4664	0.4671	0.4678	0.4686	0.4693	0.4699	0.4706
1.9	0.4713	0.4719	0.4726	0.4732	0.4738	0.4744	0.4750	0.4756	0.4761	0.4767
2.0	0.4772	0.4778	0.4783	0.4788	0.4793	0.4798	0.4803	0.4808	0.4812	0.4817
2.1	0.4821	0.4826	0.4830	0.4834	0.4838	0.4842	0.4846	0.4850	0.4854	0.4857
2.2	0.4861	0.4864	0.4868	0.4871	0.4875	0.4878	0.4881	0.4884	0.4887	0.4890
2.3	0.4893	0.4896	0.4898	0.4901	0.4904	0.4906	0.4909	0.4911	0.4913	0.4916
2.4	0.4918	0.4920	0.4922	0.4925	0.4927	0.4929	0.4931	0.4932	0.4934	0.4936
2.5	0.4938	0.4940	0.4941	0.4943	0.4945	0.4946	0.4948	0.4949	0.4951	0.4952
2.6	0.4953	0.4955	0.4956	0.4957	0.4959	0.4960	0.4961	0.4962	0.4963	0.4964
2.7	0.4965	0.4966	0.4967	0.4968	0.4969	0.4970	0.4971	0.4972	0.4973	0.4974
2.8	0.4974	0.4975	0.4976	0.4977	0.4977	0.4978	0.4979	0.4979	0.4980	0.4981
2.9	0.4981	0.4982	0.4982	0.4983	0.4984	0.4984	0.4985	0.4985	0.4986	0.4986
3.0	0.4987	0.4987	0.4987	0.4988	0.4988	0.4989	0.4989	0.4989	0.4990	0.4990

Anexo 06: Plan Estratégico D' Osma Bed & Breakfast

Misión

Dar la mejor experiencia de alojamiento a todos los viajeros en su paso por el Perú, respetando la sostenibilidad.

Visión

Ser el mejor Bed & Breakfast del Perú, manteniendo la sostenibilidad y la capacitación constante al staff, siendo líderes.

Valores

- **Sostenibilidad**

Ambiental: Promoviendo el reciclaje, lavado de sábanas a pedido (en caso de estadías largas), amenities de un proveedor que también promueve la sostenibilidad.

Social: Donaciones del reciclaje. No discriminación tanto del staff como de los huéspedes. Proveedores locales. Contratación de staff con o sin experiencia y el compromiso con su formación.

Económico: Rentabilidad como negocio, auto sostenido.

- **Excelencia**

Basada en la filosofía Walt Disney

Seguridad: El staff maneja carné sanitario, contratos de trabajo debidamente registrados. Horarios de atención adecuados para los huéspedes. Instalaciones seguras, seguridad en vidrios y madera.

Cortesía: Sonrisa del staff, empatía, conexión con el cliente, asertividad.

Eficiencia: Cumplir normas, procesos, manteniendo la disciplina. Hacer bien el trabajo.

Espectáculo: Brindar algo más o algo extra durante todo el proceso del servicio. Brindar un servicio adecuado para las necesidades de cada huésped.

- **Familia**

Hacer sentir como en casa a los huéspedes, lo cual le permite sentirse libre de conversar e interactuar con el staff y se familiarice con ellos. Respecto al staff, se brinda capacitaciones, reconocimientos y se manejan las redes sociales como equipo.

Políticas

- **De reserva**

Enviada a los huéspedes mediante un correo de confirmación de reserva. Cancelaciones, servicio de taxi, servicio de lavandería.

- **De estadía**

Proporcionada al huésped al momento del check in.

Horario de desayuno.

Amenities a pedido, cambio de sábanas y toallas.

Acompañantes hasta cierta hora.

- **Del personal**

1. Mantener comunicación constante
2. Prevención
3. Curiosidad (Con el huésped)

4. Rapidez en la respuesta a solicitudes de información y/o reservas. (WhatsApp, Facebook, correo electrónico).
5. Detalles (De acuerdo a necesidades específicas de cada huésped).

Objetivos

- **Redes Sociales:**

Llegar a ser el puesto N° 03 en Tripadvisor a diciembre 2017.

Mantener una interacción alta en Facebook y llegar a los 1000 seguidores a diciembre 2017.

- **Ventas:**

Llegar al promedio anual de 67.7% de ocupabilidad a diciembre 2017. Optimista: 75%

- **Empresa:**

Creación de una franquicia a nivel nacional: D' Osma Boutique, D' Osma Bed & Breakfast y D' Osma Hostel.

Estrategias

- Crear una identidad propia de D' Osma, acorde al ambiente del distrito.
- Preparar un desayuno propio, con un toque especial que el huésped no va a probar en otro lugar. Promover slow – food (comida lenta) en base a productos peruanos.
- Elaborar un sistema de manuales y procesos desde la contratación del personal.

Diagnóstico Situacional

Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Manejo adecuado del capital humano• Servicio familiar/personalizado• Ubicación	<ul style="list-style-type: none">• Franquiciar – Generar este modelo• Tendencia mundial hacia lo local• Auge del turismo nacional
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Pequeño – Número de habitaciones• Al ser pequeño, los precios se elevan	<ul style="list-style-type: none">• Ingreso y fortalecimiento de Airbnb• Políticas urbanas

Situación legal

- Empresa inscrita en Registros Públicos
- Ministerio de trabajo
- Marca registrada en INDECOPI
- Licencia Municipal de Funcionamiento
- Tributos al día
- Ministerio de la producción otorgó el “Premio Nacional a la Mype 2015”

Situación tecnológica

- Sistema de reservas - HOTELOGIX

Booking.com

Hostelworld.com

Expedia.com

Tripadvisor.com

- Interacción con el huésped:

Correo electrónico

WhatsApp

Facebook

Página web

Clientes

- **Cliente externo:** Turistas extranjeros al 99%
- **Cliente interno:** De 10 a 170 currículos por convocatoria

Competencia

Ofrecen una experiencia y precios similares a D' Osma B&B:

- **Casa Nuestra B&B – Barranco**
- **Residencial Miraflores B&B – Miraflores**
- **B&B Casa Sullay – Miraflores**

Anexo 07: Fotografías

Lobby D' Osma Bed & Breakfast



Habitación doble con baño compartido con el staff





Contenedores de clasificación de residuos

Anexo 08: Validación por juicio de expertos



VALIDEZ DE CONTENIDO DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS

DOCUMENTOS QUE SE DEBE PRESENTAR AL EXPERTO:

1. Solicitud
2. Matriz de consistencia.
3. Informe de validación del instrumento.
4. Operacionalización de las variables.
5. Cuestionario (s).
6. Guía de observación
7. Guía de entrevista

Anexo 09: Plan de emergencias

1. Descripción de riesgos

Vulnerabilidades	Amenazas
Materiales de construcción	Incendio
Una puerta de entrada y salida	Sismo
Falta de capacitación al personal	

2. Estructura organizativa

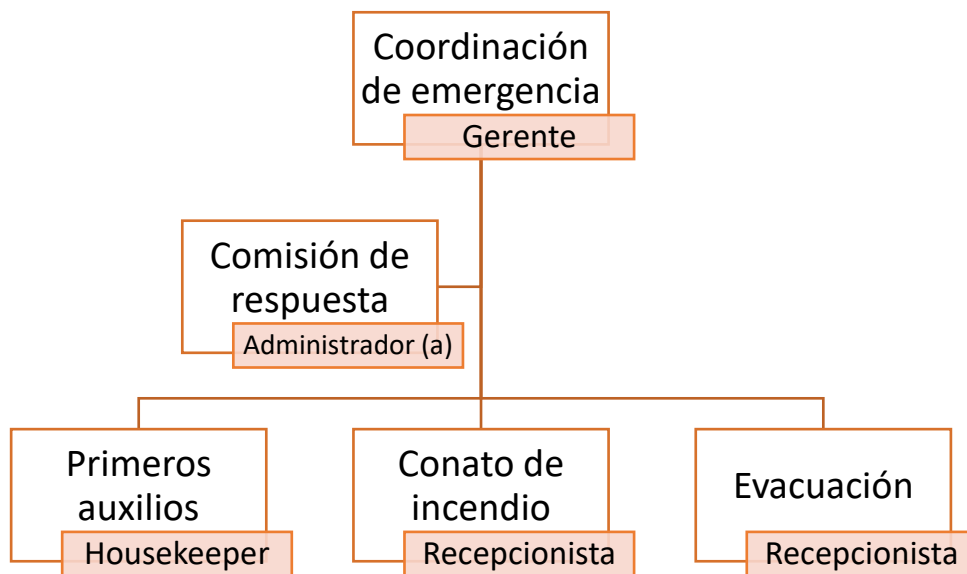


Figura 2. Estructura organizativa - Emergencias

Fuente: Elaboración propia (2017)

2.1 Coordinador de emergencia

Coordina, planifica y monitorea antes y después de una emergencia.

Antes:

- Organiza capacitaciones para el personal
- Coordina con la Comisión de respuesta para que se informe al personal nuevo sobre el contenido del Plan.
- Monitorea y evalúa el desempeño del personal ante emergencias.
- Actualiza el Plan de evacuación.

Durante:

- Coordina acciones que se encuentran fuera del alcance del hospedaje, con autoridades del municipio, Cruz roja, bomberos, entre otros.

2.2 Comisión de respuesta

Maneja directamente el Plan de evacuación.

Antes:

- Dirige y coordina capacitaciones al personal
- Maneja el Plan de evacuación
- Entrega copia del Plan al personal
- Informa el contenido del Plan al personal nuevo
- Instala un mapa del hospedaje en el lobby

Durante: (En caso de encontrarse de turno, de no ser así, el recepcionista toma la responsabilidad)

- Asume la responsabilidad del Plan
- Dirige y coordina al personal
- Dar alarma y transmite al personal y huéspedes
- Coordinar con el gerente las acciones que se encuentran fuera del alcance del hospedaje

2.2.1 Primeros auxilios

Comisión encargada de brindar primeros auxilios a huéspedes y personal afectado. Bajo supervisión de Comisión de respuesta.

Antes:

- Capacitarse para una mejor respuesta
- Revisa periódicamente el contenido del botiquín
- Informa a la Comisión de respuesta sobre insumos de primeros auxilios que se necesiten

Durante: (Housekeeping se encarga, de no encontrarse en turno, recepcionista toma la responsabilidad)

- Brinda primeros auxilios
- Maneja el botiquín
- Coordina el traslado de afectados a hospitales o centros de atención, de ser necesario.

2.2.2 Conato de Incendio

Se encarga de dar la primera respuesta en caso de conato de incendio en el hospedaje, además de usar extinguidores y dar mantenimiento a los mismos. Bajo supervisión de Comisión de respuesta.

Antes:

- Capacitarse para atender conatos de incendio
- Revisión periódica de extintores
- Manejar llaves e interruptores de energía eléctrica
- Mantener un recipiente con arena
- Instalar rotulación de “No fumar” en habitaciones

Durante:

- Combatir el conato de incendio

- Coordinar con otras áreas

2.2.3 Evacuación

Se encarga de evacuar a huéspedes y personal y ubicarlos en lugares seguros de acuerdo al mapa de evacuación. Bajo supervisión de Comisión de respuesta.

Antes:

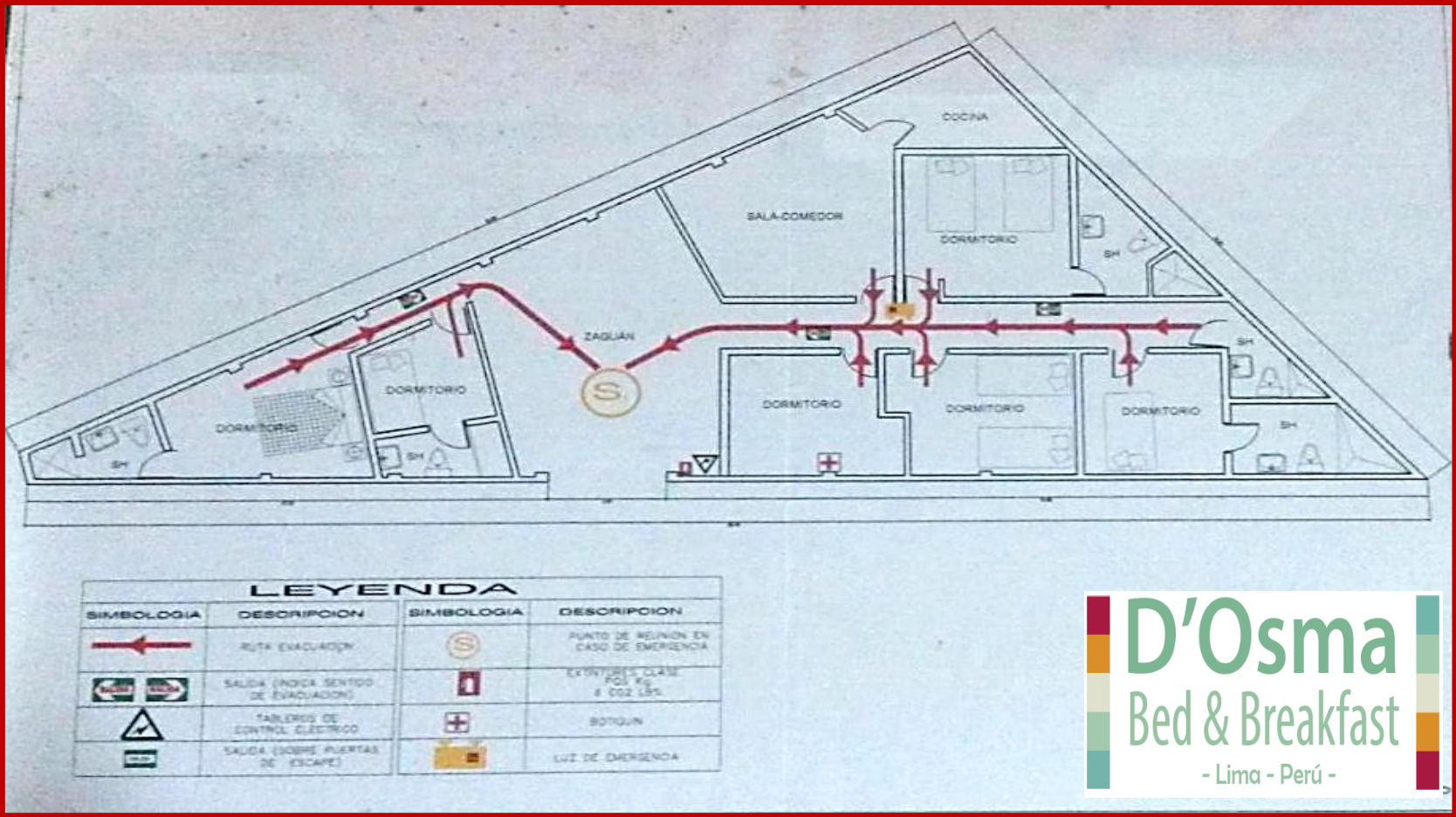
- Capacitarse para dar una mejor respuesta
- Conocer rutas de evacuación
- Evitar obstáculos en salidas de emergencia
- Manejar información sobre Zonas de refugio establecidas en el distrito
- Manejo de las zonas seguras dentro y fuera del hospedaje
- Instalar el mapa del hospedaje en habitaciones

Durante:

- Conservar la calma
- Activar alarma de emergencia
- Evacuar a huéspedes y personal en caso de emergencia
- Coordinar con las demás comisiones

Debido a que D' Osma es un hospedaje pequeño, durante el día se encuentran 02 personas laborando hasta cierta hora de la tarde (1 recepcionista + 1 housekeeper), luego solo se encuentra un recepcionista hasta las primeras horas de la mañana siguiente. Por lo cual, se sugiere capacitar a todo el personal en cuanto al Plan de evacuación ante emergencias, para que independientemente de quien se encuentre de turno, todos estén preparados para responder ante una situación de esta naturaleza.

Anexo 10: Mapa de evacuación

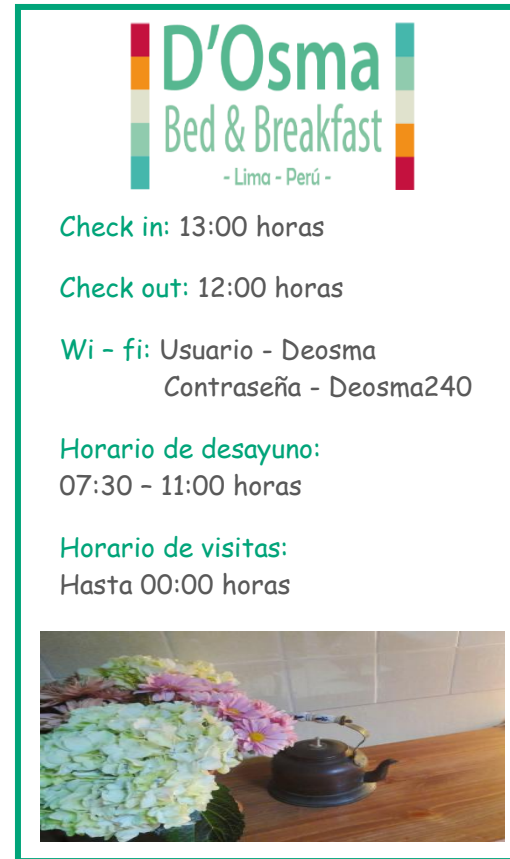


Fuente: D' Osma Bed & Breakfast

Anexo 11: Modelos – Propuesta



Fuente: Elaboración propia (2017)



Fuente: Elaboración propia (2017)