

Universidad Católica de Santa María

Facultad de Ciencias y Tecnologías Sociales y Humanidades

Escuela Profesional de Turismo y Hotelería



“CLIMA ORGANIZACIONAL COMO FACTOR DE CALIDAD DE SERVICIO EN EL HOTEL CASA ANDINA AREQUIPA, 2019”

Tesis presentada por la bachiller:

Oporto Flores, Maria Solange

Para optar el Título Profesional de:

Licenciada en Turismo y Hotelería

Asesor:

Mg. Berrios Espezúa, Mario Gustavo

Arequipa – Perú

2020

Arequipa, 25 de mayo del 2020

Señora

MG. AMELY PALZA MONROY

Directora de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería

Presente. -

De nuestra especial consideración:

Tenemos a bien dirigirnos a usted como miembros del Jurado Dictaminador del Proyecto de Tesis con Decreto N° **013-EPTH-2019**, titulado **“CLIMA ORGANIZACIONAL COMO FACTOR DE CALIDAD DE SERVICIO EN EL HOTEL CASA ANDINA AREQUIPA - 2019”**, presentado por la señorita Bachiller **MARIA SOLANGE OPORTO FLORES**, dicho Borrador fue revisado y habiendo subsanado las observaciones presentadas del anterior dictamen, somos de la opinión que **ES FAVORABLE**

CONCLUSIÓN

Se solicita a la Dirección de la Escuela hacer de conocimiento al interesado, para que inicie con el trámite correspondiente para sus previas orales, para el día y lugar que indique la dirección de la Escuela.

Atentamente.



Mg. Mario Berrios Espezúa

Docente Dictaminador



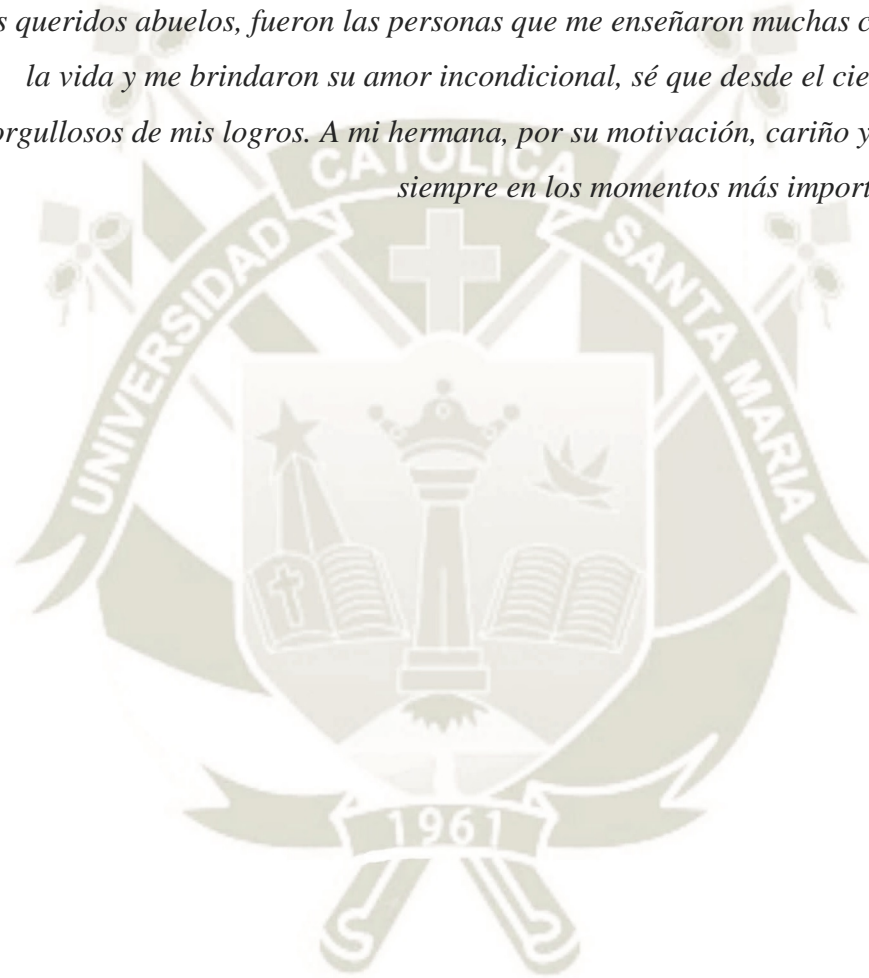
Mg. Amely Palza Monroy

Docente Dictaminadora

Dedicatoria

A Dios porque ha estado conmigo en cada paso que doy, cuidándome y dándome la fortaleza necesaria para continuar. A mis queridos padres, por su comprensión y apoyo incondicional que me han brindado a lo largo de mi vida, velando por mi bienestar y formación educativa.

A mis queridos abuelos, fueron las personas que me enseñaron muchas cosas vitales para la vida y me brindaron su amor incondicional, sé que desde el cielo se sienten muy orgullosos de mis logros. A mi hermana, por su motivación, cariño y apoyo, por estar siempre en los momentos más importantes de mi vida.



Agradecimientos



*A las autoridades de
la Universidad Católica de Santa
María, a mis maestros y asesores
por sus enseñanzas impartidas a lo
largo de mi carrera profesional.*

RESUMEN

La razón por la cual se realizó la presente investigación es por la trascendencia que tienen sus variables de estudio, el hecho de tener un buen clima organizacional que permita empoderar a sus colaboradores genera un impacto positivo en la calidad de servicio al cliente, siendo los colaboradores una pieza importante para brindar un servicio de calidad. El objetivo de la investigación es determinar la influencia del clima organizacional como factor de calidad de servicio en el Hotel Casa Andina. Se utilizó una metodología descriptiva correlacional de diseño no experimental, la técnica que se utilizó fue la recolección de datos y la encuesta; el instrumento utilizado fue el cuestionario estructurado. La población estuvo conformada por 60 trabajadores que laboran en dicho lugar, se usó una muestra no probabilística y 287 huéspedes los cuales serán encuestados, para este caso se aplicó una muestra probabilística por conveniencia para conocer cuál es la percepción con respecto a la calidad del servicio. En cuanto los resultados, se utilizó la prueba de correlación de Rho de Pearson, obteniéndose un coeficiente de moderada correlación de 0.598 y un nivel de significancia de 0.000 menor a 0.05 por lo que existe una correlación positiva y significativa entre el clima organizacional y calidad de servicio. Finalmente se recomienda que los gerentes del Hotel Casa Andina planteen estrategias para mejorar el clima organizacional del dicho hotel para que sus colaboradores puedan brindar una óptima calidad de servicio.

Palabras clave:

Clima organizacional, clientes y calidad de servicio.

ABSTRACT

The reason why this research was carried out is because of the importance of its study variables, the fact of having a good organizational climate that empowers its employees generates a positive impact on the quality of customer service, being the collaborators an important piece to provide quality service. The objective of the investigation is to determine the influence of the organizational climate as a factor of quality of service in the Hotel Casa Andina. A descriptive correlational methodology of non-experimental design was used, the technique used was data collection and the survey; the instrument used was the structured questionnaire. The population was made up of 60 workers working in that place, a non-probabilistic sample was used and 287 guests who will be surveyed, for this case a probabilistic sample was applied for convenience to know what the perception is regarding the quality of service. As for the results, Pearson's Rho correlation test was used, obtaining a moderate correlation coefficient of 0.598 and a significance level of 0.000 less than 0.05, so there is a positive and significant correlation between the organizational climate and quality of service. Finally, it is recommended that the managers of the Hotel Casa Andina propose strategies to improve the organizational climate of the hotel so that its employees can provide optimum quality of service.

Keywords:

Organizational climate, customers and quality of service.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación lleva como título “Clima organizacional como factor de calidad de servicio en el Hotel Casa Andina Arequipa, 2019” y tiene como objetivo analizar el clima organizacional como factor de calidad de servicio en el Hotel Casa Andina, es por ello que se considera pertinente basarse en dos variables: clima organizacional y calidad de servicio.

El clima organizacional es el entorno donde los trabajadores se desempeñan y realizan sus labores, la estructura de este son distinguidos por los trabajadores influyendo directamente en su satisfacción y a su vez en su productividad, lo que puede ser un beneficio o un perjuicio para la organización. La calidad de servicio viene hacer la calificación que los clientes hacen frente al servicio brindando, esta puede ser excelente o superior según sea la experiencia que tenga en la empresa.

La investigación se encuentra dividida en los siguientes capítulos:

Capítulo I, presenta la definición del problema central, considerando un planeamiento del problema, formulación del problema, la determinación de los objetivos y su justificación, hipótesis, las variables y sus indicadores necesarios para poder enfocarnos en la obtención de información, donde también se establece el procedimiento metodológico, el diseño de la investigación, el procedimiento muestra que se llevó a cabo, los instrumentos utilizados, los procedimientos que se siguió y las técnicas para el procesamiento y análisis de datos empleados.

Capítulo II, Planteamiento Operacional que contiene las técnicas e instrumentos de recolección de datos; las unidades de estudio, así como las estrategias.

Capítulo III, presenta los resultados de la investigación, donde se discuten e interpretan los resultados obtenidos, los cuales son mostrados a través de tablas y gráficas, las mismas que son descritas e interpretadas.

Al final se presentan las secciones de Conclusiones y Sugerencias.



ÍNDICE GENERAL

DICTAMEN APROBATORIO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO TEÓRICO.....1

1. ENUNCIADO.....1

2. DESCRIPCIÓN.....1

2.1 Campo y área.....2

2.2 Nivel de investigación.....2

2.3 Tipo de investigación.....2

2.4 Análisis de variables.....3

3. JUSTIFICACIÓN.....4

4. MARCO TEÓRICO.....4

4.1 Antecedentes.....4

4.2 Clima organizacional.....6

4.2.1 Potencial humano.....9

4.2.1.1 Liderazgo.....9

4.2.1.2 Innovación.....10

4.2.1.3 Recompensa.....10

4.2.1.4 Confort.....11

4.2.2 Diseño Organizacional.....11

4.2.2.1 Estructura.....11

4.2.2.2 Toma de decisiones.....12

4.2.2.3 Comunicación organizacional.....12

4.2.3 Cultura de la organización.....13

4.2.3.1 Identidad.....13

4.2.3.2 Conflicto y cooperación.....	14
4.2.3.3 Motivación.....	14
4.3 Calidad de servicio.....	15
4.3.1 Elementos tangibles.....	20
4.3.1.1 Equipos.....	21
4.3.1.2 Instalaciones Físicas.....	21
4.3.1.3 Apariencia de los empleados.....	25
4.3.1.4 Elementos Materiales.....	26
4.3.1.5 Servicio de restauración.....	26
4.3.2 Fiabilidad o Confiabilidad.....	27
4.3.2.1 Compromiso del personal.....	28
4.3.2.2 Realiza el servicio con éxito.....	28
4.3.2.3 Interés en solucionar problemas.....	28
4.3.2.4 Mantienen un registro de errores.....	28
4.3.3 Capacidad de respuesta.....	29
4.3.3.1. Comunicación con el cliente.....	29
4.3.3.2 Servicio rápido.....	29
4.3.3.3 Dispuestos a ayudar al cliente.....	30
4.3.3.4 Responden a las preguntas del cliente.....	30
4.3.4 Seguridad.....	30
4.3.4.1 Transmiten confianza.....	30
4.3.4.2 Seguridad del cliente al realizar sus transacciones.....	31
4.3.4.3 Seguridad de mis pertenencias.....	31
4.3.4.4 El personal y las instalaciones transmiten seguridad.....	32
4.3.5 Empatía.....	32
4.3.5.1 Atención individualizada.....	32
4.3.5.2 Amabilidad del personal.....	33
4.3.5.3 Atención personalizada.....	33
4.3.5.4 Comodidad de las Instalaciones.....	34

4.3.5.5 Comprende las necesidades del cliente.....	34
5. OBJETIVOS.....	34
6. HIPÓTESIS.....	34
CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO OPERACIONAL.....	35
1. TÉCNICAS.....	35
2. INSTRUMENTOS.....	35
3. CAMPO DE VERIFICACIÓN.....	35
3.1. Ámbito.....	35
3.2. Temporalidad.....	35
3.3. Unidades de estudio o fuentes de información.....	35
4. ESTRATEGIA.....	37
CAPÍTULO III: RESULTADOS.....	38
3.1. PRIMERA VARIABLE.....	38
3.2. SEGUNDA VARIABLE.....	85
3.3. COEFICIENTE DE RELACIÓN.....	116
DISCUSIÓN.....	117
CONCLUSIONES.....	120
SUGERENCIAS.....	121
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA.....	122

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de variables.....	3
Tabla 2: Contribuyen a crear condiciones adecuadas para el progreso	38
Tabla 3: Jefe inmediato preocupado por ambiente laboral	39
Tabla 4: Los directivos encaminan al logro.....	40
Tabla 5: Mi jefe se reúne con los del área	42
Tabla 6: Se me permite ser creativo e innovador.....	43
Tabla 7: Sana competencia entre compañeros	44
Tabla 8: Innovación es característica de la organización	46
Tabla 9: Institución flexible y adaptable a los cambios	47
Tabla 10: Buen trato en mi trabajo	48
Tabla 11: Reconocen la buena labor realizada	50
Tabla 12: Beneficios ofrecidos son adecuados	51
Tabla 13: Ambiente organizado en el trabajo	52
Tabla 14: Satisfecho con mi ambiente de trabajo	54
Tabla 15: La distribución física de mi área me permite trabajar comodamente.....	55
Tabla 16: Los tramites que se utilizan son simples y facilitan la atención.....	56
Tabla 17: Métodos para evaluar la calidad de atención	58
Tabla 18: Hay supervisión constante al personal.....	59
Tabla 19: Las norma son claras facilitando mi trabajo	60
Tabla 20: Las decisiones se toman en el nivel que debe tomarse	61
Tabla 21: Compañeros de trabajo toman iniciativa para la solución de problemas.....	63
Tabla 22: Mi jefe inmediato superior trata de obtener información.....	64
Tabla 23: Buena comunicación entre compañeros de trabajo	65
Tabla 24: Mi jefe me comunica que estoy realizando bien o mal mi trabajo	67
Tabla 25: La información de interés para todos llega de manera oportuna.....	68
Tabla 26: Presto atención a los comunicados que emiten mis superiores	69
Tabla 27: Me interesa el desarrollo de mi empresa	71
Tabla 28: Mi trabajo contribuye directamente al alcance de los objetivos.....	72
Tabla 29: Me siento a gusto de formar parte de la empresa.....	73
Tabla 30: Las tareas que desempeño correspondiente a mi función	75
Tabla 31: Considero que el trabajo que realizan los directivos para manejar conflictos es bueno ..	76
Tabla 32: Las reuniones de coordinación con los miembros de otras áreas son frecuente	77
Tabla 33: Las otras áreas ayudan cuando se necesita	78

Tabla 34: Puedo contar con los compañeros cuando se necesita	80
Tabla 35: Mantengo buenas relaciones con el grupo que trabajo	81
Tabla 36: Mi contribución juega un papel importante	82
Tabla 37: La labor que desempeño es valorada	83
Tabla 38: El Hotel cuenta con instalaciones modernas y atractivas	85
Tabla 39: Mi habitación cuenta con todos los servicios	86
Tabla 40: Los empleados del hotel tienen una apariencia limpia.....	87
Tabla 41: El Hotel cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesito para disfrutar de vacaciones	89
Tabla 42: El servicio de alimentos y restaurantes con que cuenta el hotel ofrece comida de calidad.....	90
Tabla 43: Si alguien en el hotel se comprende a hacer algo por mí, lo hará	91
Tabla 44: Los servicios del hotel son presentados correctamente.....	93
Tabla 45: Cuando necesito ayuda o algo en particular, siento toda la confianza	94
Tabla 46: En todo momento, a todas horas del día y en todos los lugares del hotel recibo un servicio de calidad	95
Tabla 47: El personal del hotel siempre dispuesto a atender y ayudarme	96
Tabla 48: Si se me presenta algún problema o necesito ayuda, el personal del hotel me ayudara a resolverlo inmediatamente	98
Tabla 49: Si solicito algo al personal del hotel, me informaran exactamente cuando me lo proporcionarán, y cumplirán con ello	99
Tabla 50: Si se requiere de algo especial que generalmente no se encuentra en el hotel, sé que me ayudaran a conseguirlo.....	100
Tabla 51: Me siento seguro de dejar mis pertenencias en mi habitación	102
Tabla 52: Confió en la integridad de las personas que trabajan en el hotel.....	103
Tabla 53: Confió en que nunca entrara al hotel alguien que no esté autorizado para hacerlo	104
Tabla 54: Me siento tranquilo y seguro dentro del hotel.	105
Tabla 55: El personal del hotel siempre está atento a mis deseos y necesidades	107
Tabla 56: El personal del hotel siempre esta con una sonrisa en el rostro	108
Tabla 57: En el hotel me prestan una atención personalizada.....	109
Tabla 58: El ambiente que hay en el hotel me hace sentir cómodo(a), como en casa.	110
Tabla 59: En las áreas comunes (restaurante, bar, recepción, azotea) hay un ambiente divertido y agradable	112
Tabla 60 Media de la primera variable	113

Tabla 61: Segunda variable	114
Tabla 62: Correlación entre clima organizacional y calidad de servicio.....	116



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Contribuyen a crear condiciones adecuadas para el progreso.....	38
Figura 2: Jefe inmediato preocupado por ambiente laboral	39
Figura 3: Los directivos encaminan al logro.	41
Figura 4: Mi jefe se reúne con los del área	42
Figura 5: Se me permite ser creativo e innovador	43
Figura 6: Sana competencia entre compañeros.....	45
Figura 7: Innovación es característica de la organización.....	46
Figura 8: Institución flexible y adaptable a los cambios.....	47
Figura 9: Buen trato en mi trabajo.....	49
Figura 10: Reconocen la buena labor realizada	50
Figura 11: Beneficios ofrecidos son adecuados.....	51
Figura 12: Ambiente organizado en el trabajo.....	53
Figura 13: Satisfecho con el ambiente de trabajo	54
Figura 14: La distribución física de mi área me permite trabajar comodamente	55
Figura 15: Los tramites que se utilizan son simples y facilitan la atención	57
Figura 16: Métodos para evaluar la calidad de atención.....	58
Figura 17: Hay supervisión constante al personal	59
Figura 18: Las normas son claras facilitando mi trabajo	60
Figura 19: Las decisiones se toman en el nivel que debe tomarse	62
Figura 20: Compañeros de trabajo toman iniciativa para la solución de problemas	63
Figura 21: Mi jefe inmediato superior trata de obtener información	64
Figura 22: Buena comunicación entre compañeros de trabajo	66
Figura 23: Mi jefe me comunica que estoy realizando bien o mal mi trabajo.....	67
Figura 24: La información de interés para todos llega de manera oportuna	68
Figura 25: Presto atención a los comunicados que emiten mis superiores.....	70
Figura 26: Me interesa el desarrollo de mi empresa	71
Figura 27: Mi trabajo contribuye directamente al alcance de los objetivos	72
Figura 28: Me siento a gusto de formar parte de la empresa	74
Figura 29: Las tareas que desempeño correspondiente a mi función.....	75
Figura 30: Considero que el trabajo que realizan los directivos para manejar conflictos es bueno..	76
Figura 31: Las reuniones de coordinación con los miembros de otras áreas son frecuente.....	77
Figura 32: Las otras áreas ayudan cuando se necesita	79
Figura 33: Puedo contar con los compañeros cuando se necesita	80
Figura 34: Mantengo buenas relaciones con el grupo que trabajo	81
Figura 35: Mi contribución juega un papel importante.....	82

Figura 36: La labor que desempeño es valorada.....	84
Figura 37: El Hotel cuenta con instalaciones modernas y atractivas	85
Figura 38: Mi habitación cuenta con todos los servicios	86
Figura 39: Los empleados del hotel tienen una apariencia limpia	88
Figura 40: El Hotel cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesito para disfrutar de vacaciones	89
Figura 41: El servicio de alimentos y restaurantes con que cuenta el hotel ofrece comida de calidad	90
Figura 42: Si alguien en el hotel se comprende a hacer algo por mí, lo hará	92
Figura 43: Los servicios del hotel son presentados correctamente	93
Figura 44: Cuando necesito ayuda o algo en particular, siento toda la confianza	94
Figura 45: En todo momento, a todas horas del día y en todos los lugares del hotel recibo un servicio de calidad.....	95
Figura 46: El personal del hotel siempre dispuesto a atender y ayudarme.....	97
Figura 47: Si se me presenta algún problema o necesito ayuda, el personal del hotel me ayudara a resolverlo inmediatamente	98
Figura 48: Si solicito algo al personal del hotel, me informaran exactamente cuando me lo proporcionaran, y cumplirán con ello.....	99
Figura 49: Si se requiere de algo especial que generalmente no se encuentra en el hotel, sé que me ayudaran a conseguirlo.....	101
Figura 50: Me siento seguro de dejar mis pertenencias en mi habitación	102
Figura 51: Confío en la integridad de las personas que trabajan en el hotel	103
Figura 52: Confío en que nunca entrara al hotel alguien que no esté autorizado para hacerlo	104
Figura 53: Me siento tranquilo y seguro dentro del hotel	106
Figura 54: El personal del hotel siempre está atento a mis deseos y necesidades	107
Figura 55: El personal del hotel siempre está con una sonrisa en el rostro	108
Figura 56: En el hotel me prestan una atención personalizada.	109
Figura 57: El ambiente que hay en el hotel me hace sentir cómodo(a), como en casa.....	111
Figura 58: En las áreas comunes (restaurante, bar, recepción, azotea) hay un ambiente divertido y agradable	112

ÍNDICE DE APÉNDICES

Apéndice A Cuestionario para medir el Clima Organizacional	126
Apéndice B Cuestionario para medir la Calidad de servicio	129



CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1. ENUNCIADO

Clima organizacional como factor de calidad de servicio en el Hotel Casa Andina Arequipa, 2019.

2. DESCRIPCIÓN

El clima organizacional es el entorno humano en el cual los colaboradores de la organización realizan sus labores. La estructura y el desarrollo del clima organizacional son distinguidos por los colaboradores influyendo en su satisfacción y está en su productividad, lo que puede ser un beneficio o un perjuicio para la organización.

Es complicado que las organizaciones manifiesten culturas similares porque cada una posee su propio clima laboral, potencial humano y su diseño y cultura organizacional. Observando este contexto, en el Hotel Casa Andina, los colaboradores se pueden ver afectados por distintos elementos que implican en su eficiencia, entre los cuales puede ser la ausencia de formación al personal, la falta de incentivos y la escasa o mala comunicación como factores negativos para el desarrollo óptimo del clima organizacional a lo que se debe buscar una inmediata solución.

Podemos afirmar que el clima organizacional influye en muchos aspectos, uno de ellos es el servicio de calidad al cliente, dándole la debida importancia ya que de esto dependerá la impresión que tenga el huésped sobre el servicio brindado por el hotel Casa Andina.

La calidad de servicio es indagar quiénes son los clientes, qué es lo que desean y esperan de la organización, estableciendo de qué manera se puede orientar los

productos y servicios, así como los procesos de los mismos hacia la mejor satisfacción del cliente.

En el Hotel Casa Andina se ha observado que en ocasiones existe una falta de coordinación entre los colaboradores lo que ocasiona disgustos generando reclamos por parte de los usuarios. En otra estancia la falta de algunos materiales necesarios al momento de dar un servicio causa descontentos en el personal transmitiéndolo al cliente.

Por todo lo expuesto, es importante que el clima organizacional en el Hotel Casa Andina sea agradable para los colaboradores evitando sucesos negativos que afecten la calidad de servicio.

2.1. Campo y área

Campo: Ciencias Sociales.

Área: Turismo y Hotelería.

2.2. Nivel de investigación

El nivel de investigación para el presente trabajo es explicativo.

2.3. Tipo de investigación

La investigación es básica, porque busca profundizar el conocimiento acerca del clima organizacional como factor de la calidad de servicios ofrecidos por el hotel Casa Andina.

2.4. Análisis de variables

Tabla 1 Operacionalización de variables

Variable	Dimensiones	Indicadores
1. Clima organizacional	1.1.Potencial humano	1.1.1. Liderazgo Innovación 1.1.2. Recompensa 1.1.3. Confort
	1.2.Diseño organizacional	1.2.1. Estructura 1.2.2. Toma de decisiones 1.2.3. Comunicación organizacional
	1.1.Cultura de la organización	1.3.1. Identidad 1.3.2. Conflicto y cooperación 1.3.3. Motivación
2. Calidad del servicio	1.1.Elementos tangibles	1.1.1. Equipos 1.1.2. Instalaciones físicas. 1.1.3. Apariencia de los empleados. 1.1.4. Elementos Materiales. 1.1.5. Servicio de restauración
	2.2.Fiabilidad o Confiabilidad	2.2.1. Compromiso del personal 2.2.2. Realiza el servicio con éxito 2.2.3. Interés en solucionar problemas 2.2.4. Mantienen un registro de errores
	2.3.Capacidad de respuesta	2.3.1. Comunicación con el cliente 2.3.2. Servicio rápido 2.3.3. Dispuestos a ayudar al cliente 2.3.4. Responden a las preguntas del cliente.
	2.4.Seguridad	2.4.1. Transmiten confianza 2.4.2. Seguridad del cliente al realizar sus transacciones. 2.4.3. Seguridad de mis pertenencias. 2.4.4. El personal y las instalaciones transmiten seguridad.
	2.5.Empatía	2.5.1. Atención individualizada 2.5.2. Amabilidad del personal 2.5.3. Atención personalizada 2.5.4. Comodidad de las Instalaciones

3. JUSTIFICACIÓN

Social: Este estudio se enfoca en la actividad hotelera ya que tiene un gran potencial de crecimiento en el mercado peruano, el que cada día se vuelve más competitivo. Por tal motivo los hoteles intentan ofrecer una imagen de solidez empresarial y laboral, para ser percibida por los clientes como empresas responsables y competitivas.

Práctica: En esta investigación se busca realizar un análisis adecuado para establecer procedimientos que ayuden en la solución de la problemática planteada determinando la influencia que existe entre el clima organizacional y su efecto en la calidad de servicio en el hotel Casa Andina.

Académico: El desarrollo de la presente investigación es importante porque promueve el interés de profesionales de la carrera de turismo y hotelería y de carreras relacionadas a enfocarse más por esta problemática, por otro lado, servirá como un antecedente investigativo de calidad y auténtico para futuras investigaciones.

4. MARCO TEÓRICO

4.1 Antecedentes

Loli (2014) realizó un trabajo de investigación que lleva por título “Clima organizacional y calidad de servicio del hotel Laurent’s del distrito de los Olivos”, cuyo objetivo principal es determinar la relación que existe entre el Clima Organizacional y la Calidad de Servicio del hotel Laurent’s en el distrito de Los Olivos. La metodología que utilizaron fue básica correlacional de corte transversal. Conto con una población de 30 trabajadores de los diferentes departamentos del hotel, al ser una población pequeña se consideró como muestra. La técnica que utilizaron fue la encuesta, sus datos fueron procesados en el programa estadístico SPSS, demostraron la existencia de un coeficiente de correlación de 0.738 que determinó una relación directa fuerte entre las variables clima organizacional y la calidad de servicio. Por lo

que concluyeron que, a mayor problema en el clima laboral, mayor problema en la calidad de servicio en los colaboradores.

Insil (2017) realizó un trabajo de investigación titulado “Clima laboral y orientación al cliente en trabajadores de Hoteles Great Place to Work 2016 en Lima metropolitana” cuyo objetivo general fue establecer la relación entre el clima laboral y la competencia de orientación al cliente en trabajadores de Hoteles Great Place to Work Lima 2016. La metodología de la investigación fue básica, de diseño no experimental y de corte transversal, la técnica que utilizaron fue la encuesta y como instrumento dos cuestionarios diseñados bajo la escala de Likert. La población para el desarrollo de la investigación estuvo conformada por trabajadores de ambos sexos, entre las edades de 18 a 65 años y que trabajen en las áreas operativas del hotel (Recepción, Housekeeping y Alimentos y Bebidas) La muestra será conformada por 60 empleados, basándose en el criterio de permanencia del Instituto Great Place to Work. Después de procesar los datos en el sistema de estadística SPSS obtuvieron que la correlación de Pearson fue de 0.566, que representa una relación directa, positiva moderada, entre el Clima laboral y la Orientación al cliente en trabajadores de Hoteles Great Place to Work Lima 2016; es decir que a medida que se incrementa la relación en un mismo sentido, crece para ambas variables.

Pumachara & Romero (2016) realizaron un trabajo de investigación titulado “Influencia del clima organizacional en la percepción de la calidad de los servicios ofrecidos por el hotel fundador, Arequipa – 2015” que tuvo como finalidad determinar la influencia del clima organizacional en la percepción de la calidad de los servicios ofrecidos por el Hotel Fundador. La metodología que utilizaron en la investigación tuvo un enfoque cuantitativo, descriptivo-correlacional y de diseño es no experimental de corte transversal; su muestra fue no probabilística tomando a todos los

colaboradores del hotel que hacen un total de 15 personas y para la variable dependiente se realizó una muestra probabilística obteniendo 72 usuarios a quienes les aplicó una encuesta estructurada con preguntas cerradas. De acuerdo a los resultados de la investigación afirmaron que la influencia del clima organizacional sobre la percepción de la calidad de los servicios ofrecidos por el Hotel Fundador, muestran una correlación casi nula que corresponde al valor de $-0,099$ según la Rho de Spearman, siendo la correlación no significativa, (0.407) , existe una asociación inversa, ambas variables tiene direcciones distintas, mientras la percepción de calidad de servicios se encuentra en un nivel alto, el clima organizacional está en un nivel regular.

4.2 Clima organizacional

El termino Clima proviene de la práctica de la meteorología, al definirse al conjunto de organizaciones, relaciona analógicamente todos los rasgos atmosféricos que mantienen unas particularidades ya establecidas o ya estableciendo el clima de una región o lugar. También se refiere al clima organizacional como un conjunto único de procedimientos y practicas ya organizadas (Schneider, 1975).

El término de clima en organizaciones es muy complejo y variado por lo que hay varios niveles. En la actualidad, hay dos tipos en el clima, uno es organizacional y otro psicológico; siendo el primero un estudio grupal y el segundo un estudio individual, aunque en ambos aspectos hay varios niveles donde se describen las percepciones de cada empleado que experimenta dentro de la organización (Koys & Decottis, 1991).

Es la forma de cómo percibe su ambiente laboral cada empleado, entonces saber que la percepción se refiere a la cualidad de todas las personas de interpretar y organizar todas sus sensaciones al fin de llegar a una conclusión de su ambiente que le

rodea así mismo identificando si es agradable o no, ya que es importante un ambiente laboral y que este depende la conducta del hombre (Robbins, 2004).

Es una de las mejores herramientas para conocer en forma verídica lo que los empleados piensan o perciben de sus compañeros en sus diversas interacciones con variables dentro de la organización. Está estipulado que la dirección que tomen estas variables están en función a los empleados y de las formas que tomen sus roles dentro de la organización, llegando al logro de objetivos o de una funcionabilidad ideal dentro de una organización (Sánchez ,2009).

Se refiere a las actitudes de los empleados que demuestran en una organización como orgullo por ser parte de tal, asumiendo así el término “ponerse la camiseta” que dentro de una organización es creer ser parte de una empresa. Es de gran importancia que cada empleado este comprometido con los objetivos de la empresa en mención para llegar a un logro individual y así lograr la meta grupal para el éxito general de la organización (Palma ,2004).

El clima organizacional o clima laboral es significativo para las organizaciones profesionales que buscan aumentar su productividad y mejorar la calidad de servicio, a través de estrategias internas. Para detectar elementos claves que intervienen en el ambiente laboral es necesario realizar un estudio que revele el impacto que tienen.

Brunet (1987) asegura que el concepto del clima organizacional se introdujo al campo de la psicología por primera vez en el año 1960 por el psicólogo y consultor en gestión Gellerman. Este concepto fue influenciado por dos escuelas de pensamiento, una de ellas es la escuela de Gestalt, que establece que los sujetos entienden el mundo basándose en criterios observados y deducidos, de tal forma que se comportan en función del perfil en que perciben su mundo. En otras palabras, el comportamiento de

los colaboradores es influenciado por la misma percepción que tiene del ambiente laboral y su entorno. La otra escuela es la funcionalista que establece que el comportamiento de un sujeto obedece al medio que lo rodea y que la incompatibilidad tiene un papel importante en la adaptación de la persona con su entorno.

El medio interno de una organización está constituido por el clima organizacional, este implica diferentes elementos de las circunstancias, que se adaptan en diferentes grados, como factores estructurales y factores sociales (Chiavenato, 1992).

Anzola (2003) considera que el ambiente organizacional se refiere a la apreciación y comprensión que los sujetos tienen con relación a su organización, al mismo tiempo que influye en la conducta de los colaboradores haciendo la organización diferente y única.

Para Davis (1991) las creencias, normas y valores que comparten los colaboradores forman a lo que se le llama clima organizacional. Rodríguez (1999) opina que el clima organizacional se representa a las ideas compartidas por los individuos de una organización en relación al trabajo, el contexto físico en el que se da, las relaciones interpersonales y las numerosas medidas formales que afectan dicho trabajo.

Dessler (1979) establece que no existe un acuerdo en el significado del concepto de clima organizacional, ya que estas van de acuerdo a los factores organizacionales únicamente objetivos estructurales, reglas y políticas, incluso atributos percibidos tan intrínsecos como el apoyo y la cordialidad.

Nos dice que el clima organizacional es producto de la percepción del usuario dependiendo a las condiciones en las que encuentra en su proceso de interacción social y por la motivación; el liderazgo, los objetivos, las relaciones interpersonales que guían su creencia y su actitud; estableciendo su conducta, satisfacción y nivel de eficiencia en el trabajo.

De acuerdo a las definiciones de los diferentes autores, se puede definir el clima organizacional como la apreciación compartida que tienen los individuos de una organización acerca de las técnicas organizacionales, como por ejemplo las políticas, el modo de liderar, las relaciones interpersonales, la retribución, entre otras. Es importante aclarar que la percepción de cada colaborador es diferente y ésta establece su conducta en la organización por lo que el clima organizacional es distinto en cada organización.

Para la variable clima organizacional se consideraron las siguientes variables:

4.2.1 Potencial humano

Constituye el sistema social interno de la organización, que está compuesto por individuos y grupos tanto grandes como pequeños. Las personas son seres vivientes, pensantes y con sentimientos que conforman la organización y esta existe para alcanzar sus objetivos.

Para la dimensión de potencial humano se consideraron los siguientes indicadores:

4.2.1.1 Liderazgo

Es la unión de influencias que ocurre entre los líderes y seguidores donde su finalidad es que ambos lleguen a ciertos cambios y a resultados satisfactorios que reflejan la finalidad y la meta que comparten (Daft, 2006).

El liderazgo es la capacidad de ayudar a otros, pero hay diferencias en el sentido que uno ejerce el liderazgo ya que algunos líderes influyen sobre otros según sus cargos y los otros en cambio influyen según sus características y actitudes donde se genera entusiasmo o identificación de los seguidores (García, 2011).

El liderazgo es la capacidad de guiar en un grupo para lograr el objetivo que quieren todos (Gómez, 2002).

El liderazgo es un proceso de lograr ayudar a los demás con trabajo en equipo con la intención que todos trabajen con entusiasmo en el logro de sus objetivos

4.2.1.2 Innovación

La innovación es la utilidad de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas, con la finalidad de ser útiles para los crecimientos de la productividad y la competitividad. Un elemento esencial es su aplicación exitosa de forma comercial la cual no solo hay que inventar, sino también, introducirlo en el mercado.

La innovación es emplear el conocimiento y generarlo si es que es necesario para poder crear productos, servicios o procesos que son nuevo para la empresa o mejorar lo que ya existe consiguiendo con ello tener éxito en el mercado (Oslo , 1997).

Innovar es explotar con éxito nuevas ideas o conocimiento asumiendo más riesgos que la competencia con la finalidad de conseguir una posición competitiva superior (Ferrás, 2014).

4.2.1.3 Recompensa

La recompensa puede ser un premio, una compensación o la remuneración que se le da a una persona por haber prestado un servicio especial o por realizar ciertas actividades (Ucha, 2013).

Es la recompensa que uno ofrece a menudo por un grupo como incentivo para que realice una actividad a alguien no asociado generante al grupo la recompensa es la acción y el resultado de recompensarte en otorgar, entregar o dar una cosa para que tenga un beneficio de una persona como un premio por su actuación o por una excelente acción ahí se aplica la recompensa según su servicio (Porto, 2019).

4.2.1.4 Confort

Se encarga de brindar comodidad para generar bienestar al usuario donde se puede estar dando en un objeto físico como un sillón, colchón, etc. o por alguna circunstancia ambiental o abstracta como la temperatura apropiada, silencio, o para tener la sensación de seguridad (Gardey, 2013).

Confort es donde produce el bienestar y la comodidad, donde cualquier sensación agradable o desagradable que sienta el usuario le impide a concentrar en lo que tiene que hacer (Educalingo, 2019).

4.2.2 Diseño Organizacional

Las organizaciones según Chester I. Bernard, son un sistema de actividades o fuerza conscientemente coordinadas de dos o más personas. En el aspecto de coordinación consciente de esta definición están incorporados cuatro denominadores comunes a todas las organizaciones: la coordinación de esfuerzos, un objetivo común, la división del trabajo y una jerarquía de autoridad, lo que generalmente denominan estructura de la organización.

Para la dimensión se consideraron los siguientes indicadores:

4.2.2.1 Estructura

La estructura es donde todos los elementos disponen una organización y orden en su tarea que lo hace resistente a variedad de esfuerzos donde dispone de una

conformación interior que se le denomina estructura que soporta cargas sin quebrarse (Jabaper , 2014).

Es un conjunto de elemento unido entre ellos con la capacidad de soportar las fuerzas que actúan entre ellas con el objeto de conserva la forma (Glez, 2019).

La estructura es la distribución de las partes de un cuerpo, aunque también se le puede utilizar en forma abstracto que es una disposición y el orden de las partes dentro de todo (Gardey, 2013).

4.2.2.2 Toma de decisiones

Es la decisión de un proceso de evaluar y elegir con el razonamiento y la voluntad en medio de una opción de posibilidades con el propósito de resolver una situación específica donde se puede tratar de un ámbito personal, vocacional, familia, social, laboral, económico, institucional entre otros

La toma de decisiones es muy importante para el organismo de la conducta de la organización, la cual sumista los medios para el control que permite la coherencia de los sistemas (Kast, 1979).

Es el proceso donde se realiza una elección entre varias alternativas o formas para resolver las diversas situaciones de la vida, donde esto puede presentar diferentes contextos ya sea a nivel laboral, familiar, sentimental, empresarial, etc., eso quiere decir que en todo momento se toma decisiones lo único diferente es el proceso o la forma como uno llega ahí (Diaz, 2019).

4.2.2.3 Comunicación organizacional

Es el conjunto de acciones, procedimiento y tareas donde se llevan a cabo la comunicación o recibir la información mediante diversos métodos y técnicas de comunicación externa e interna con el objetivo de alcanzar las metas de la empresa y organización.

La comunicación organizacional es más que un intercambio de datos porque a la vez contempla el establecimiento de las dinámicas de cooperación de la coordinación y el avance en conjunto hacia los objetivos, quiere decir que sirve en gran medida para la gestión de la organización y la integración de sus distintos elementos y así tener más productividad y calidad (Raffino, 2019).

4.2.3 Cultura de la organización

Una organización no es tal si no cuenta con el concurso de personas comprometidas con los objetivos, para que ello ocurra es indispensable tomar en cuenta el ambiente en el cual se van a desarrollar todas las relaciones, las normas y los patrones de comportamiento lo que se convierte en la cultura de esa organización, llegando a convertirse en una organización productiva eficiente o improductiva e ineficiente, dependiendo de las relaciones que entre los elementos de la organización se establezcan desde un principio.

Para la dimensión se consideraron los siguientes indicadores:

4.2.3.1 Identidad

Es un proceso de construcción en la que los sujetos van definiendo a sí mismo en estrecha interacción simbólica con otras personas mediante la habilidad del sujeto para las actitudes y expectativas de los otros y su yo mismo se convierte en su propia reflexión (Larrain, 2003).

La identidad significa un grupo de rasgos y características que hace distinto a un individuo. Es desde entonces las personas logran distinguirse de los demás y esto depende de la cosmovisión e historia propia y en el contexto que se vive (Ruffino, 2019).

La identidad se entiende como el núcleo donde se conforma el yo de la persona, se trata de un núcleo dijo y coherente está unido con la razón que le permite al

ser humano interactuar con otras personas presentes en el medio (Calderón, 1998).

4.2.3.2 Conflicto y cooperación

Los conflictos aparecen cuando los miembros de la organización están en contra, ósea cuando tenga diferentes puntos de vista, diferentes objetivos que están interfiriendo en lograr las metas, claro está que esto depende de su naturaleza y estos conflictos pueden ser funcional o disfuncional (Marin, 2017).

El conflicto es la interacción de sujetos independientes que siguen un objetivo incompatible e interacciones mutuas a consecuencias a esos objetos y la cooperación es el conjunto de acciones y esfuerzo en conjunto con otras personas con el objetivo de alcanzar la misma meta

La cooperación se trata de la colaboración de una construcción que es actuar en conjunto para alcanzar la meta que tienen en común o accionar a favor de los intereses de alguien (Gardey, 2018).

4.2.3.3 Motivación

Es el deseo de hacer muchos esfuerzos con el objetivo de alcanzar todas las metas de la organización, satisfaciéndose la necesidad individualidad con el fin de reflejar nuestros intereses principales por el comportamiento y la motivación, el sistema de valores que rige la organización (Robbing, 1999).

En cambio, para Stonner define como unas características de la psicología humana que incluye los factores que ocasionan y sostiene la conducta humana.

Lo cual significa que la motivación es como un motor que si las personas están motivadas será mucho mejor por que las energías no se gastará durante todo el proceso.

La motivación está unida por todos los factores capaces de mantener, provocar y dirigir la conducta que se va por un objetivo. Es un aspecto muy importante porque es necesario conocerlo para así la empresa estará en condiciones de formar una cultura organizacional sólida y confiable.

4.3 Calidad de servicio

La calidad de servicio que se da al cliente se define como la calificación que este hace ante un servicio brindado ya sea excelente o superior según su experiencia. (Zeithalm, 1988).

Tomo más relevancia desde la década de los 90. Este crecimiento se dio debido a la importancia de que ha dejado de ser una diferenciadora de productividad a una herramienta para lograr la lealtad del cliente dando así una mejora en la imagen lo cual lleva a una mayor presencia dentro del mercado logrado una ventaja sobre sus competidores (Gálvez , 2011).

La calidad de servicio es la proyección que cada miembro de la organización debe tener presente para sus operaciones por consecuencia su permanencia depende de la atención al cliente (Najul , 2011).

La calidad de servicio es de real importancia para que un producto se comercialice con éxito. Un enfoque con mayor intensidad al servicio da a las empresas la oportunidad de competir para la captura de clientes obteniendo así su confianza y mejorando la reputación de la empresa dando mayor relevancia a su publicidad y sus promociones (Berry, 1993).

Se planteó tres factores que determina la calidad de servicio:

- Calidad técnica es la información dada al cliente del producto ofrecido siendo así menos evaluado por el cliente.

- Calidad funcional se refiere a la interacción dada entre cliente empleado por el cual se brinda el servicio y las experiencias del cliente en relación al proceso de producción o al consumo del servicio proporcionado.
- Calidad organizativa o también definida como imagen corporativa y es aquella imagen que tiene el cliente del servicio brindado en relación a las expectativas y parámetros propuestos por el cliente.

Calidad de servicio proviene del concepto de Calidad el cual es la satisfacción de necesidades y expectativas del consumidor o expresado como cita (Juran, 1964) “aptitud de uso”, ahora antes de hondar en la definición de Calidad de Servicio es realizar algunas aclaraciones:

Los bienes capaces de complacer a un consumidor pueden ser tangible o intangibles:

- Tangibles se suele reconocer el nombre del producto brindado recordando así la satisfacción recibida de tal producto cubriendo todas las necesidades requeridas.
- Intangibles se refiere al servicio, es algo inmaterial el cual se trata sobre los actos que recibe el cliente, mediante la resolución de problemas o carencias.

Toda organización que se encargue de bienes y servicios se complementa del uno con el otro con variables en un solo conjunto el cual se refiere a la calidad del servicio cubriendo así las necesidades, expectativas y deseos del cliente.

Cuando se habla de calidad de servicio es imposible no hablar del cliente. En la actualidad el cliente busca mejor producto a bajo costo cubriendo todas sus necesidades que tenga durabilidad y que existas variables en el mercado.

También nos referimos al servicio el cual su objetivo es la satisfacción de las necesidades del cliente utilizando una buena atención con buen trato, brindando información y resolución de problemas.

Con gran cantidad variedad de necesidades que cambian constantemente las empresas deben enfrentarse a una clientela más exigente con una información más compleja y con requerimientos más elevados el cual está enfocado en sus necesidades y de lo que busca y de lo que quiere como consumidor.

Por lo cual ahora ay métodos y por el cual se trata de cuantificar la satisfacción del cliente ante un servicio brindado con la finalidad de cumplir las expectativas del cliente y cubrir falencias del servicio brindado, esto se hace con la finalidad de lograr el interés ante el consumidor logrando su preferencia y mejor aún una recomendación del producto o servicio brindado.

Viendo desde este punto la mejor propuesta de la calidad de servicio está en constante evolución porque hoy en día el cliente cuenta con mayor información y de los servicios y más aun de lo que quiere como servicio lidiando así con un mayor número de clientes disconformes.

Por lo tanto, cualquier empresa que brinde un servicio o producto está enfoca en mejorar su calidad de servicio resolviendo preguntas enfocadas tales como ¿Qué tan confiables somos para nuestros clientes? ¿Qué tanto conocemos a nuestros clientes? Pero lo realmente importante es poder medir la satisfacción del cliente para así poder tomar la mejor decisión orientada a mejorar la calidad de servicio (Moya, 2016).

La calidad de servicio es el grado en donde un servicio brindado satisface y cubre las necesidades y expectativas del cliente. Es el margen que existe entre las expectativas del cliente y el servicio brindado.

Según estas pautas una buena calidad de servicio debería ser útil para el fin creado, cumplir con el beneficio al costo pagado, no ser defectuoso, tener buena funcionabilidad y tener buena durabilidad a largo plazo.

El servicio está en constante evolución competitiva ya que el cliente no solo compra productos sino también compra expectativa con la finalidad de que se cumpla con toda la garantía ofrecida por el vendedor.

Un servicio de buena calidad tiene pro característica la satisfacción de necesidades o requerimientos del consumidor teniendo una calidad más útil y más económica.

Los productos o servicios pueden ser tangibles que es medida por una realidad que se ve en el momento de la adquisición del producto o servicio e intangible que es la promesa de que en un futuro se cumplan con los beneficios que prometieron.

Existe una diferencia entre producto y servicio el cual consiste en que el producto es medido por sus atributos, partes, materiales, etc. en cambio el servicio no puede ser especificado hasta el momento de brindarlo.

Existe una relación indispensable en el momento de querer brindar una buena calidad de servicio el cual consiste en una relación de tres factores interconectados para lograr dicho objetivo. Dichos factores son un buen producto o servicio idóneos para el beneficio creado impulsados por empleados orgullosos y dispuestos a cubrir todas las necesidades y brindar toda la información del servicio para lograr un cliente satisfecho logrando una buena calidad de servicio (Uson, 2006).

Según Albercht (1988) “el tiempo ha cambiado y no vivimos más en una economía de manufactura. Ahora vivimos en una nueva economía, la economía de

servicios, donde las relaciones está llegando a ser más importantes que los productos físicos”.

Mendoza (2009) declara que es atributo que determina la posición a largo plazo en la opinión de los clientes depende del producto o servicio que reciben.

También este autor se refiere que es el principal requisito para competir a nivel mundial, ya que el éxito de los resultados a favor de esta en corto o largo plazo es positivo para las empresas envueltas en este tipo de procedimientos.

Ya que con esto se logra conseguir la lealtad de los clientes y su favoritismo evitando sorpresas desagradables o fallas en los servicios, de esta forma la calidad de servicio se convierte en parte de un plan estratégico que otorga una ventaja sobre la competencia que están en proceso de lograrla.

Características del servicio de calidad

Aniorte (2013) nos brinda algunas de las características que se deben seguir y cumplir para un correcto servicio de calidad, son las siguientes:

- a. Debe cumplir sus objetivos.
- b. Debe servir para lo que se diseñó.
- c. Debe ser adecuado para el uso.
- d. Debe solucionar las necesidades.
- e. Debe proporcionar resultados.

Elementos esenciales de un programa de mejoramiento de calidad

El establecimiento de un programa para mejorar la calidad debe:

- Estar basado en decisiones de los líderes dirigentes.

- Estar basado en prioridades que estén relacionadas a la misión y plan estratégico de la organización.
- Tener el ejemplo de los dirigentes, pero también asumir que todos son responsables de la calidad.
- Proporcionar capacitación para todo el personal.
- Incluir el estudio por parte de los dirigentes, de la teoría, principios y métodos cuantitativos.
- Ofrecer la capacitación de los facilitadores del proceso para mejorar el desempeño.
- Incluir el trabajo de equipo otorgar a todos, el poder de decisión, responsabilidad y los recursos necesarios.

4.3.1 Elementos tangibles

Con origen en el término latino *tangibilis*, la palabra tangible se utiliza para nombrar lo que puede ser tocado o probado de alguna forma. En un sentido más amplio, también hace referencia a aquello que puede percibirse con precisión.

Según Mayurí (2017) son aquellos aspectos que tienen que ver con la infraestructura física como: material, personal, equipos, instalaciones, material atractivo, impresora y tecnología actual.

Atributos tangibles identificados para la prestación del servicio hotelero

- Desayuno completo con jugos naturales y con amplios horarios
- Información sobre el destino en el alojamiento
- Disponibilidad de periódicos y revistas actualizadas
- Salones
- Accesibilidad para personas con movilidad reducida

Para la dimensión se consideraron los siguientes indicadores:

4.3.1.1 Equipos

Es un equipo de trabajo formado por un grupo de personas organizadas, que trabajan juntas para lograr una meta. Un equipo pretende alcanzar las metas en común.

Un equipo autodirigido tendrá una estructura descentralizada en lugar de vertical, enfatizará menos el aspecto de supervisión y exigirá más responsabilidad por parte del personal.

De los muchos tipos de equipos que trabajan en organizaciones, se deben distinguir dos: equipos autodirigidos y de proyecto. Los equipos autodirigidos, que a veces son llamados autoadministrados, se están haciendo más populares en la industria en general y en algunas instituciones sanitarias. Los equipos autodirigidos son una alternativa para organizar y administrar una institución.

El participar en un equipo les da a los empleados mayor control en la tarea de mejorar la calidad, lo que lleva a una mayor satisfacción, motivación y eficiencia. También les resta importancia a los secretos y competencia dentro de una organización y reduce el nivel de enajenación.

4.3.1.2 Instalaciones Físicas

Territorio destinado a prestar habitualmente servicio de alojamiento no permanente, para que sus huéspedes pernocten en el local, con la posibilidad de incluir otros servicios complementarios, a condición del pago de una contraprestación previamente establecida en las tarifas del establecimiento.

Un hotel es un edificio planificado y acondicionado para otorgar servicio de alojamiento a las personas y que permite a los visitantes sus desplazamientos. Estas instalaciones pueden adecuarse de acuerdo a la cultura, planificación

urbana, etc. donde esté ubicado geográficamente. También estas pueden depender de la modalidad del establecimiento, que es el conjunto de características arquitectónicas, de instalaciones de equipo y de servicio, que debe reunir un establecimiento de alojamiento turístico, a fin de determinar la imagen de venta al público.

Cabe indicar que hay diferentes formas de tematizar un hotel, pueden ser: un tema central para todo el hotel, tematizar solo las habitaciones, bien tematizar solo una zona.

Por ejemplo, las instalaciones de estos tipos de hotel pueden variar por la zona de ubicación:

- Hoteles de naturaleza Están ubicados cerca de las reservas científicas, de las áreas protegidas y de los parques naturales, sus estancias al igual que los hoteles de playa son de varios días.
- Hoteles de posada Estas son muy antigua, su clientela es viajeros que prestan servicios de alojamiento y restauración.
- Hoteles balnearios En este sus hospedajes están dentro de balnearios.
- Hoteles monumentos Estos están ubicados en lugares de interés cultural.
- Hotel de paso Estos hoteles son usados principalmente para encuentros sexuales, se renta los cuartos por varias horas en donde cada hora tiene un precio en específico.
- Hoteles gastronómicos aquí ofrecen oferta gastronómica exclusiva.
- Hoteles casino Sus instalaciones se caracterizan por la oferta del juego.
- Hoteles deportivos Estos hoteles se orientan a la práctica de determinados deportes.
- Hoteles rústicos Estos están situados en terrenos rurales o rústicos.

- Hoteles de montaña Este está ubicado en la montaña.
- Hoteles de temporada: estos desarrollan su actividad solamente durante parte del año.
- Hoteles de temporada Estos desarrollan su actividad solamente durante parte del año.
- Hoteles boutique Estos ofrecen unos servicios excepcionales de alojamiento y de instalación. Son ampliamente más pequeños que los hoteles convencionales, tienen de 3 a 100 habitaciones.
- Hoteles de negocios Este tipo de hoteles se caracterizan por atender a personas que visitan un lugar con fines de trabajo o negocio. Se han sido diseñados con el objetivo de poder realizar convenciones y reuniones, en consecuencia, estarán dotados de los servicios complementarios pertinentes.
- Hotel hospital La combinación perfecta entre salud y vacaciones Viajar para realizarse alguna intervención o procedimiento médico no solamente es más cómodo en cuanto a precio, sino también por la calidad de servicios médicos disponibles para su atención.
- Hoteles temáticos La tematización de los alojamientos es una de las tendencias que viene siendo desarrollada por algunas empresas del turismo y ocio que buscan satisfacer una demanda a fin de una determinada marca.

Los hoteles pueden tener variedad de habitaciones y en ellas hacer diseños variados, mencionare algunos de ellos.

- **Habitación Sencilla:** Es aquella dotada de una sola cama individual y que pueda permitir la incorporación de una cama adicional individual.

- **Habitación Doble:** Es aquella dotada de dos camas individuales o una cama matrimonial y que pueda permitir la incorporación de una cama adicional individual.
- **Habitación colectiva o Común:** Es aquella dotada de un mínimo de tres camas y un máximo de seis camas individuales.
- **Habitación Suite:** Es aquella que consta, por lo menos, de dos áreas claramente diferenciadas: una habitacional doble y una zona social (estar) equipada para alojar dos personas adicionales en dos camas individuales o una matrimonial, con una sola puerta de acceso desde el pasillo principal.

Características Físicas de un Hotel:

Estacionamiento: El número de puestos para estacionar los vehículos, debe guardar proporción con el número de sus unidades habitacionales, áreas sociales, comerciales y públicas; según su tipo, categoría y modalidad.

Accesos: La entrada principal deberá ser de fácil acceso. Otros tipos de entrada serán exigidos de acuerdo a su tipo, categoría y modalidad.

La zona de recepción: Conformada por el vestíbulo, esta zona, estará ubicada en la entrada principal y será el núcleo de enlace o de distribución de las diferentes áreas del establecimiento, de acuerdo a su tipo, categoría y modalidad.

Ascensores, escaleras y Pasillos: En los establecimientos en los cuales el ascensor sea de uso obligatorio (Planta Baja más dos pisos), su ubicación deberá ser inmediata a la zona de recepción y entrada del establecimiento y cumplir con lo establecido en las Normas peruanas.

Jurisprudencia en cuanto a los prestadores de servicios turísticos y establecimientos de hospedaje.

El Reglamento de establecimientos de hospedaje en el Decreto Supremo N° 001-2015-MINCETUR, 09.06.2015, establece las disposiciones para la clasificación, categorización, operación y supervisión de los establecimientos de hospedaje; así como las funciones de los órganos competentes en dicha materia, así como, la obligación de presentar una Declaración Jurada de cumplimiento de las condiciones mínimas para la prestación del servicio. Establece la clasificación de Hotel, Apart-Hotel, Hostal y Albergue, que podrán ser ostentados por los establecimientos que cumplan con los requisitos de infraestructura en la Norma A.030 Hospedaje del Título III del Reglamento Nacional de Edificaciones aprobado por R.M N° 005-2019-VIVIENDA, así como los requisitos de equipamiento y servicios conforme la clase y/o categoría solicitada.

4.3.1.3 Apariencia de los empleados

En el trabajo en el hotel, la buena presentación es muy necesaria, la buena presentación incluye los siguientes aspectos:

- Aseo personal: comprende, el baño diario, cabello limpio, manos limpias, buen olor corporal, aseo bucal, lo hombres bien rasurados, las mujeres con maquillaje discreto, no usar perfumes o lociones fuertes, etc.
- Uniforme limpio y planchado, gafete, calzado limpio.
- La postura: no fumar durante el trabajo no comer, no masticar chicle, no correr, no gritar. En los puestos no se permanece de pie, estar bien parados, no recostarse ni enmucarse.

Limpieza: Si bien las necesidades de aseo personal varían entre hombres y mujeres, es importante que ambos se vean limpios y presentables mientras están trabajando.

Asegurarse de que todos los empleados conozcan el código de vestimenta, y proporcionales un esquema claro de lo que se espera de ellos. Da pautas tanto para hombres como para mujeres que dicten peinados apropiados, accesorios y zapatos. Incluso puedes ir a los detalles y sugerir colores de esmalte de uñas, cantidad adecuada de maquillaje para las mujeres o pedir a los empleados que tengan un aroma agradable.

Etiqueta: La apariencia física del personal ayuda a mantener el aspecto general pero su forma de actuar también contribuye a la reputación del hotel. Los empleados deben ser alentados a presentarse de cinco a diez minutos antes del comienzo de su turno y siempre tratar a los huéspedes con respeto. Elabora un código de conducta que los empleados deban seguir. Como hotelero, debes estar constantemente incentivando a tus empleados para obtener mejores resultados. Los que reciben grandes elogios de los clientes o continuamente cumplen o superan las expectativas deben ser recompensados por sus esfuerzos.

4.3.1.4 Elementos Materiales

Referidos a los instrumentos y herramientas que la organización emplea para la prestación del servicio y el estado de calidad de las mismas. Incluye su estado de higiene y conservación y en qué medida estos son fáciles de usar por el cliente.

4.3.1.5 Servicio de restauración

- Bares y cafeterías: lugar donde se sirven bebidas alcohólicas y no alcohólicas y aperitivos, generalmente para ser consumidos en el mismo establecimiento en un servicio de barra.

- Restaurantes: establecimiento comercial público donde se paga por la comida y la bebida, para ser consumidas en el mismo local o para llevar.
- Hotelería: actividad que comprende los establecimientos planificados y acondicionados para dar servicio de alojamiento a las personas y permite a los visitantes o turistas su desplazamiento. Los hoteles proveen a los huéspedes de servicios adicionales como restaurantes, piscinas, guarderías, servicios de conferencias y convenciones y reuniones. Se clasifican según el grado de confort, posicionamiento y nivel de servicios que ofrecen.
- Colectividades/reposición: esta actividad comprende servicios de comedor colectivos, es decir, comedores escolares y de empresas.
- Catering: es el servicio de alimentación colectiva que provee una cantidad determinada de comida y bebida en fiestas, eventos y presentaciones de diversa índole. En algunos casos, los salones de fiesta, hoteles y empresas de ocio ofrecen este servicio junto al alquiler de sus instalaciones.

En otros casos, son empresas especializadas en elaborar y trasladar los alimentos al sitio que disponga el cliente. En este servicio se puede incluir, desde la propia comida, la bebida, la mantelería y los cubiertos, hasta el servicio de cocineros, camareros y personal de limpieza posterior al evento.

- Comida rápida: establecimientos especializados donde el alimento se prepara y sirve para consumir rápidamente.

4.3.2 Fiabilidad o Confiabilidad

Para Mayurí (2017) la confiabilidad es la capacidad para realizar un servicio de una manera digna de confianza y con exactitud; cumpliendo con

compromiso, resolución de problemas, un adecuado servicio, cumpliendo el tiempo acordado y sin cometer errores.

Para la dimensión se consideraron los siguientes indicadores:

4.3.2.1 Compromiso del personal

Se entiende por este al empeño que los trabajadores que prestan el servicio ponen en conseguir los objetivos de la empresa y el grado en que se orientan en la satisfacción de las necesidades del cliente. Se refiere a si mismo al grado en que el personal se identifica con la empresa y asimila la visión, misión, valores y objetivos de la misma.

4.3.2.2 Realiza el servicio con éxito

Mantener al cliente feliz con los servicios o productos que brinda el hotel, será una prioridad. Debe nacer ese deseo genuino de los colaboradores del hotel en satisfacer a sus clientes. Con los años de experiencia, debe de tener en cuenta: qué piensa o siente su cliente al momento de contactarse con su hotel y que puede hacer para que su hotel sea cada día mejor.

El cliente, por recomendación o propia experiencia podrá dar comentarios favorables sobre los servicios que brinda el hotel.

4.3.2.3 Interés en solucionar problemas

Se refiere a la disposición que los trabajadores muestran en atender y dar solución a las dificultades que refieren los clientes respecto a la prestación del servicio. Incluye además un seguimiento respecto de la conformidad y satisfacción que el cliente siente por la ayuda brindada.

4.3.2.4 Mantienen un registro de errores

Se refiere al conjunto de acciones que la empresa toma para superar constantemente las deficiencias y mejorar la calidad de servicio. Implica brindar

al cliente los canales necesarios para expresar alguna incomodidad o queja con el servicio brindado.

4.3.3 Capacidad de respuesta

Es la disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido y oportuno.

La capacidad de respuesta según Mayurí (2017) es la disposición de atender a los clientes y brindarles un servicio expedito, información adecuada, con disposición de ayudar y el tiempo necesario para responder a las interrogantes.

Para la dimensión se consideraron los siguientes indicadores:

4.3.3.1 Comunicación con el cliente

Los empleados comunican a los clientes cuando concluirá la realización del servicio. Se debe mantener bien informado al cliente utilizando un lenguaje oral y corporal sencillo que pueda entender, si ya hemos cubierto los aspectos de seguridad y credibilidad seguramente será más sencillo mantener abierto el canal de comunicación cliente-empresa.

4.3.3.2 Servicio rápido

La rapidez en la atención es la rapidez con la que se le toman los pedidos al cliente, se le entrega su producto, o se le atienden sus consultas o reclamos. Se da, por ejemplo, cuando se cuenta con procesos simples y eficientes, cuando se cuenta con un número suficiente de personal, cuando se le capacita al personal para que brinden una rápida atención, etc.

Es decir que es el tiempo de producción del servicio. El proceso de servicio implica un tiempo determinado para la presentación del servicio. El tiempo de

duración del servicio está sujeto a la evaluación del cliente y su referencia principal es la relación entre el tiempo prometido y el tiempo real, de acuerdo al resultado, el cliente forma su opinión sobre la calidad de servicio.

4.3.3.3 Dispuestos a ayudar al cliente

Los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de los clientes.

4.3.3.4 Responden a las preguntas del cliente.

Se refiere al tiempo que tarda el prestador del servicio para resolver situaciones o problemas que no son parte del servicio normal. Por ejemplo, en un sistema de inscripciones escolares, el alumno consulta con un asesor educativo para elegir materias y establecer su horario, se está proporcionando un servicio normal. Si posteriormente surgieran problemas como la cancelación de un curso, el alumno deberá consultar qué procede, por ejemplo, cambiar de grupo o dar de baja la materia. Una vez resuelto, se debe corregir la información en el sistema. Este proceso post servicio implica tiempo extra que el usuario debe de emplear y lo toma en cuenta al evaluar la calidad en el servicio.

4.3.4 Seguridad

La seguridad según Mayurí (2017) vendría ser el conocimiento, la cortesía y la capacidad de los trabajadores para inspirar seguridad y confianza a los clientes.

Para la dimensión se consideraron los siguientes indicadores:

4.3.4.1 Transmiten confianza

La confianza es la seguridad que alguien tiene con otra persona donde también trata de la presunción de uno mismo para trabajar. Transmitir confianza es inspirar la confianza al individuo

Para transmitir confianza a las demás personas, primeramente, se tiene que confiar en sí mismo esto quiere decir tener la seguridad en ti mismo para poder tener bienestar y felicidad, para eso es importante el optimismo y aprender a quererse la cual será mucho más sencillo relacionarse con los demás

4.3.4.2 Seguridad del cliente al realizar sus transacciones.

Para brindar seguridad en las transacciones tiene que tener confidencialidad, integridad, disponibilidad es decir no el rechazo de las operaciones. Donde se tiene que basarse en diferente seguridad informática como ejemplo adoptar la seguridad PCI-DSS que es para proteger los datos y dispositivos que son utilizados en realizar pagos electrónicos y así tener más tranquilidad el cliente y no temer en la transacción (López, 2018).

4.3.4.3 Seguridad de mis pertenencias

La seguridad de mis pertenencias es el desarrollo y fortalecimiento de las pertenencia de las personas en un territorio donde ayuda a construir conciencia de vinculación favoreciendo las actitudes participativas y de cooperación en el medio y en la comunicación (Palos, 2018).

Es lograr los mayores beneficios con los menores riesgos posibles para el cliente, dando los recursos disponibles. Donde es uno de temores más comunes de los clientes ya sea en dinero efectivo, tarjetas y los objetos que uno lleva. Así mismo es necesario saber si nuestras pertenencias están seguras y eso es lo que inquieta a los clientes.

4.3.4.4 El personal y las instalaciones transmiten seguridad

El personal debe transmitir seguridad a los demás de acuerdo con los estudios diversos indica que el personal debe de proyectar una imagen correcta. Una de las claves para transmitir seguridad es mediante. El tono de voz, tiene que tener un voz adecuado, dicción en la hora de conversar es mejor hablar en forma pausada, gestos es muy importante en el lenguaje corporal, sonrisa ya que transmite una tranquilidad que tenga capacidad de socializar y el saludo es el inicio de la confianza y respeto. Así podremos transmitir seguridad hacia nuestros clientes (Campos, 2019).

Las instalaciones son para cuidar el bienestar de los clientes y preservar la tranquilidad para poder prevenir momentos desagradables es por eso que se recurre a distintas tecnologías así nos permite cuidarnos mejor. Por ejemplo, las instalaciones de las cámaras de seguridad, las cerraduras de las llaves y combinaciones, tener un sistema de alarma y de comunicaciones, tener bastante iluminación, etc (Tovar, 2019).

4.3.5 Empatía

La empatía según Mayurí (2017) viene hacer la atención personalizada por cliente, brindado el cuidado, la preocupación, comprensión e interés necesario a cada cliente. Estos puntos forman la idea de calidad en la mente de los clientes.

Para la dimensión se consideraron los siguientes indicadores:

4.3.5.1 Atención individualizada

Es un proceso colaborativo y multidisciplinario que valora, planifica, ejecuta, coordina, supervisa y evalúa las opciones y los servicios que permiten satisfacer las necesidades del cliente a través de la comunicación

y los recursos disponibles para promover resultados eficaces y de buena calidad.

Esta atención individualizada y el apoyo a la satisfacción de sus necesidades del cliente, tiene por objetivo principal, dar la solución a las necesidades inmediatas del cliente y así poder implementar programas de respuesta.

Estos son los cuatro pilares de la asistencia individualizada:

- Servicios individualizados basados en la elección del cliente.
- Evaluación exhaustiva para identificar las necesidades del cliente.
- Formulación participativa de un plan de servicio que satisfaga las necesidades del cliente y se elabore con su ayuda
- Coordinación efectiva de los servicios adquiridos por el cliente (adaptado del Comité encargado del hotel)

4.3.5.2 Amabilidad del personal

Amabilidad hace referencia al trato amable, cortés y servicial. Se da, por ejemplo, cuando los trabajadores saludan al cliente con una sonrisa sincera, cuando le hacen saber que están para servirlo, cuando le hacen sentir que están genuinamente interesados en satisfacerlo antes que, en venderle, etc.

4.3.5.3 Atención personalizada

Procurar que el cliente sienta que se le trata individualmente, como alguien especial, le provocará tener una buena opinión del prestador de servicio. Sin embargo, no en todos los servicios puede darse un trato personalizado, como el transporte colectivo. En las organizaciones que, si aplique, será un elemento importante para la calidad.

4.3.5.4 Comodidad de las Instalaciones

Comodidad hace referencia a la comodidad que se le brinda al cliente cuando visita el local. Se da, por ejemplo, cuando el local cuenta con espacios lo suficientemente amplios como para que el cliente se sienta a gusto, sillas o sillones cómodos, mesas amplias, estacionamiento vehicular, un lugar en donde pueda guardadas sus pertenencias, etc.

4.3.5.5 Comprende las necesidades del cliente

Para ofrecer trato personalizado, un factor esencial para proporcionar un buen servicio, es que el proveedor conozca lo más a fondo posible el perfil, comportamiento y necesidades de sus clientes.

5. OBJETIVOS

- Analizar el clima organizacional como factor de calidad de servicio en el Hotel Casa Andina.
- Identificar los elementos del clima organizacional según los trabajadores del Hotel Casa Andina.
- Precisar las características sobre calidad de servicio percibidas por los clientes del Hotel Casa Andina.

6. HIPÓTESIS

Dado que el éxito de la prestación de servicios hoteleros recae en consolidar una organización humana sólida y comprometida entonces, es probable, que el clima organizacional sea un factor importante en la calidad de los servicios del Hotel Casa Andina.

CAPÍTULO II

PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

1. TÉCNICAS

Técnica de recolección de datos

Para la presente investigación se utilizó la técnica de la encuesta.

2. INSTRUMENTOS

El instrumento que se utilizó para la recolección de la información fue el cuestionario estructurado.

3. CAMPO DE VERIFICACIÓN

3.1. Ámbito

La investigación se realizó en el Hotel Casa Andina, ubicado en Calle Ugarte 403, Arequipa, Arequipa.

3.2. Temporalidad

El presente trabajo fue realizado en abril, del 2019, en la ciudad de Arequipa

3.3. Unidades de estudio o fuentes de información

Se considerará a los 60 trabajadores del hotel ya que es una población pequeña, los trabajadores son de los distintos departamentos del hotel tales como recepción, alimentos y bebidas, mantenimiento; la edad de los trabajadores va en un rango de 23 – 45 años, en su mayoría de género femenino.

Se considera también a los huéspedes como unidad de estudio en su mayoría son de sexo masculino, oscilan entre el rango de edad de 25- 34 años, en su mayoría los turistas son de nacionalidad extranjera teniendo en menor cantidad a los turistas nacionales.

- **Población y muestra para la variable calidad de servicio:**

$$N = \frac{N * Z_a^2 * p * q}{d^2 * (N-1) + Z_a^2 * p * q}$$

N	=	Total de huéspedes	=	1120
Z _a ²	=	Si la seguridad es del 95%	=	1.962
p	=	Proporción esperada (en este caso 50%)	=	0.5
q	=	1 – p (en este caso 1-0.5)	=	0.5
d	=	Precisión (en este caso se quiere un 5%).	=	0.05

$$n = \frac{(1120)(1.962)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2 (583-1) + (1.962)^2(0.5) (0.5)}$$

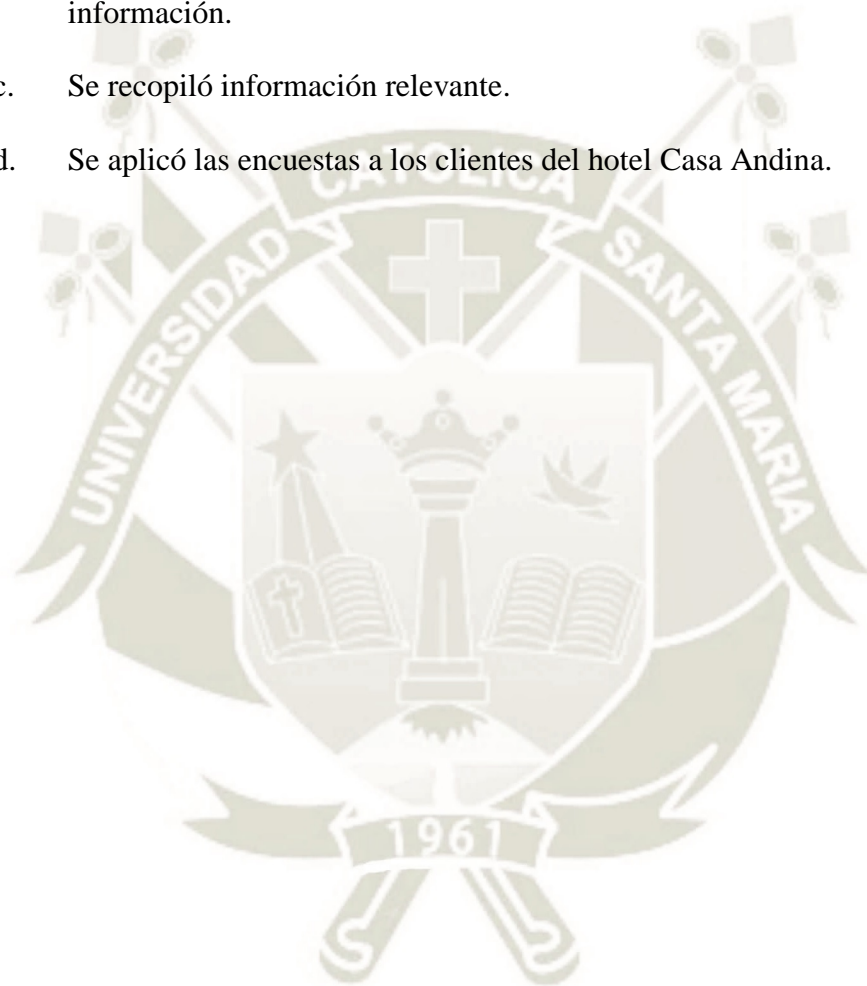
$$n = \frac{1077.84}{3.76}$$

$$n = 287$$

La muestra requerida es de 287 huéspedes, los cuales serán encuestados para obtener la información requerida.

4. ESTRATEGIA

- a. Se realizó un análisis inicial de la situación real que contiene el área de investigación de *“El clima organizacional como factor de calidad de servicio en el Hotel Casa Andina, Arequipa 2019”*
- b. Se hizo contacto con las fuentes para iniciar el proceso de recopilación de información.
- c. Se recopiló información relevante.
- d. Se aplicó las encuestas a los clientes del hotel Casa Andina.



CAPÍTULO III

RESULTADOS

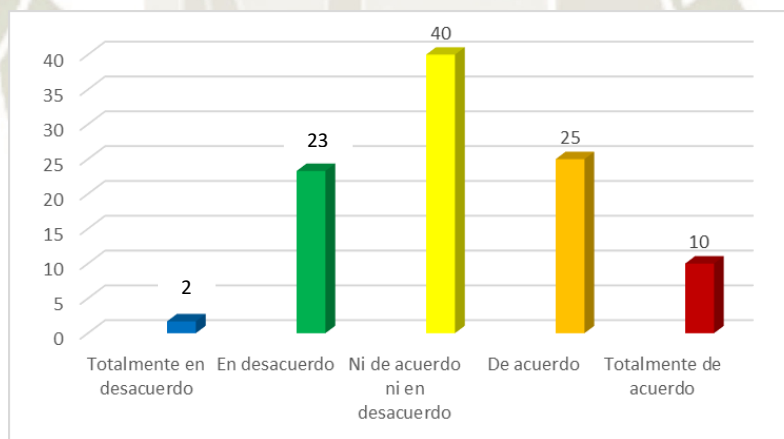
3.1. CLIMA ORGANIZACIONAL

Tabla 2 Contribuyen a crear condiciones adecuadas para el progreso

RESPUESTA	Nº	%
Totalmente en desacuerdo	1	2
En desacuerdo	14	23
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	24	40
De acuerdo	15	25
Totalmente de acuerdo	6	10
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 1 Contribuyen a crear condiciones adecuadas para el progreso



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 2 y figura 1 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, nuestros directivos contribuyen a crear condiciones adecuadas para el progreso de mi empresa, donde los resultados más relevantes fueron, con un 40% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 25% están de acuerdo y un 23% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado,

un 10% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 2% totalmente en desacuerdo.

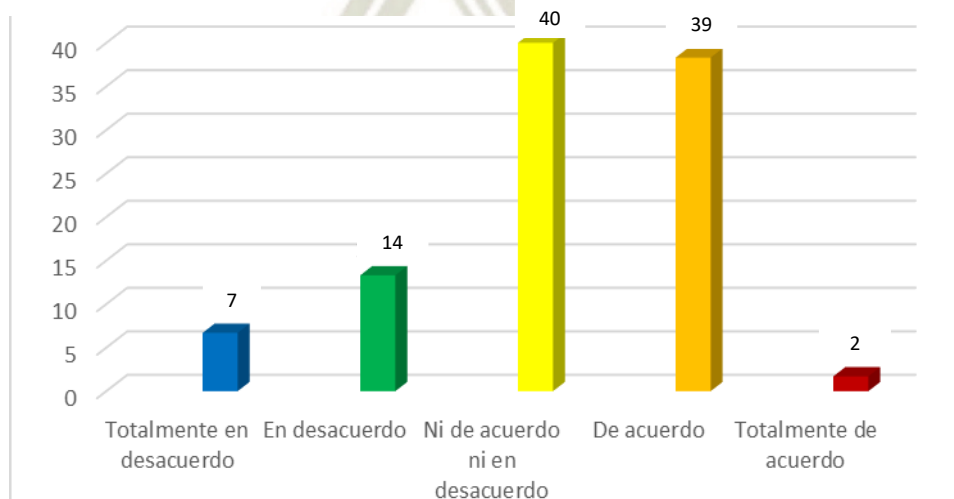
Esto significa que los trabajadores mantienen una actitud de indiferencia frente a las decisiones de los directivos para contribuir a crear condiciones adecuadas para el progreso institucional: la cuarta parte está de acuerdo y cerca de la cuarta parte está en desacuerdo. De modo que se puede afirmar que en general los trabajadores son indiferentes o están en desacuerdo frente a este tipo de decisiones; que por el contrario debieran de motivar su apoyo para contribuir al desarrollo del clima organizacional en el hotel, como base para brindar servicios de calidad.

Tabla 3 Jefe inmediato preocupado por ambiente laboral

RESPUESTA	Nº	%
Totalmente en desacuerdo	4	7
En desacuerdo	8	13
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	24	40
De acuerdo	23	38
Totalmente de acuerdo	1	2
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 2 Jefe inmediato preocupado por ambiente laboral



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019

Interpretación:

En la tabla 3 y figura 2 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, mi jefe inmediato superior se preocupa por crear un ambiente laboral agradable, donde los resultados más relevantes fueron, con un 40% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 38% están de acuerdo y un 13% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 7% totalmente en desacuerdo, y solo un 2% totalmente en de acuerdo.

Esta información muestra nuevamente que la mayor parte de trabajadores no está ni de acuerdo ni en desacuerdo frente a la preocupación de su jefe por crear un ambiente laboral agradable.

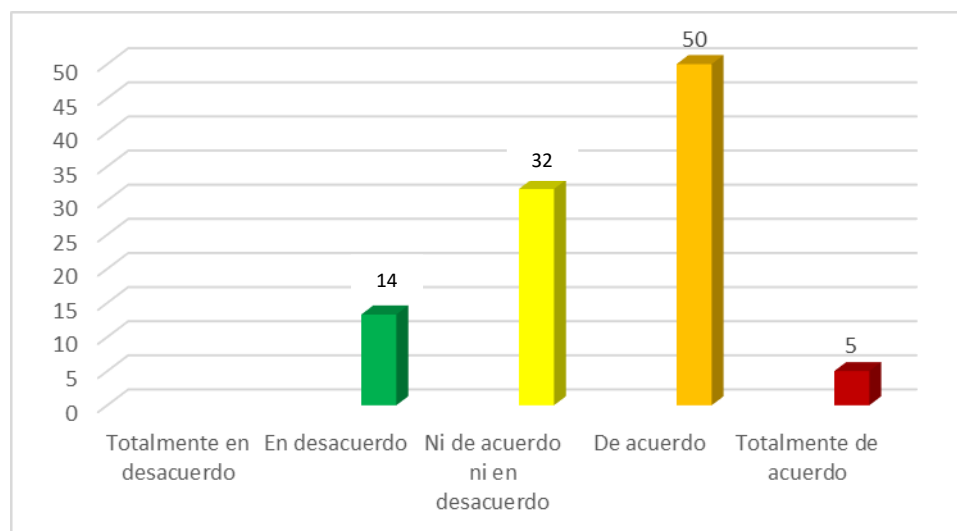
Sin embargo, un significativo número de trabajadores está de acuerdo y muy de acuerdo con esta afirmación. Lo que muestra que los trabajadores tienen mayor confianza en las decisiones de su jefe inmediato antes que en los directivos de la empresa. Lo cual puede estar relacionado con la permanente interrelación entre trabajadores con su jefe inmediato. Siendo este un aspecto positivo para el clima organizacional de la empresa.

Tabla 4 Los directivos encaminan al logro

RESPUESTA	Nº	%
En desacuerdo	8	13
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	19	32
De acuerdo	30	50
Totalmente de acuerdo	3	5
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 3 Los directivos encaminan al logro.



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019

Interpretación:

En la tabla 4 y figura 3 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, los esfuerzos de los directivos se encaminan al logro de los objetivos de la empresa, donde los resultados más relevantes fueron, con un 50% de acuerdo, mientras que un 32% están ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 13% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 5% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo.

Con estos resultados podemos interpretar que un poco más de la mitad de trabajadores están convencidos de que los esfuerzos que hacen sus directivos serán en beneficio de la organización, lo cual es positivo, pues logran entender que cada cambio o mejora que organicen sus directivos, será en contribuirá de manera positiva al crecimiento de la empresa.

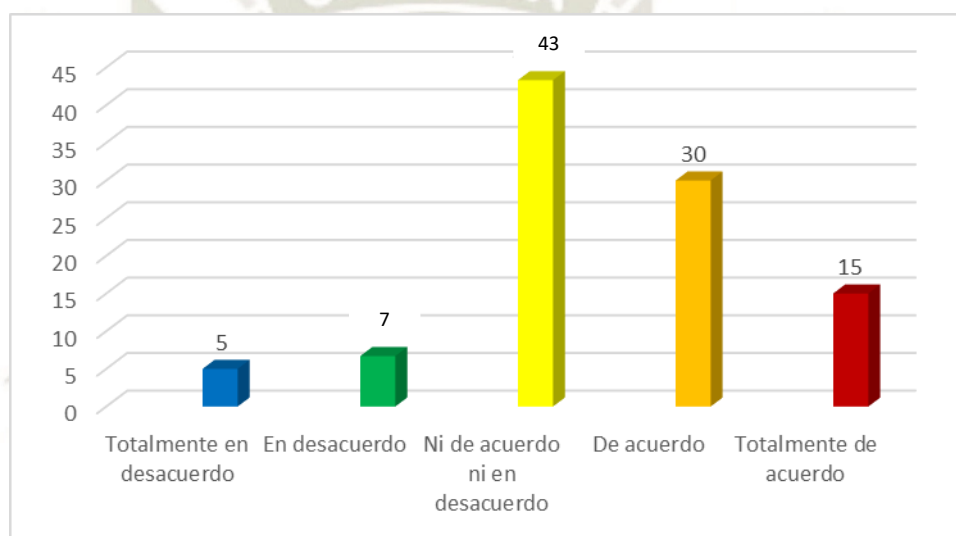
Sin embargo, existe un porcentaje importante que es indiferente a esta pregunta y un porcentaje menor que indica no estar de acuerdo, en tal sentido sería importante considerar que medias tomar para lograr que la mayoría de trabajadores comprendan que el logro de objetivos del hotel, beneficia a todas las personas que lo integran.

Tabla 5 Mi jefe se reúne con los del área

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	3	5
En desacuerdo	4	7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	26	43
De acuerdo	18	30
Totalmente de acuerdo	9	15
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 4 Mi jefe se reúne con los del área



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 5 y figura 4 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, mi jefe inmediato superior se reúne regularmente con los jefes de área para coordinar aspectos de trabajo, donde los resultados más relevantes fueron, con un 43% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 30% están de acuerdo y un 15% respondieron que están en totalmente de acuerdo, por otro lado, un 7% de encuestados se muestran en desacuerdo, y solo un 5% totalmente en desacuerdo.

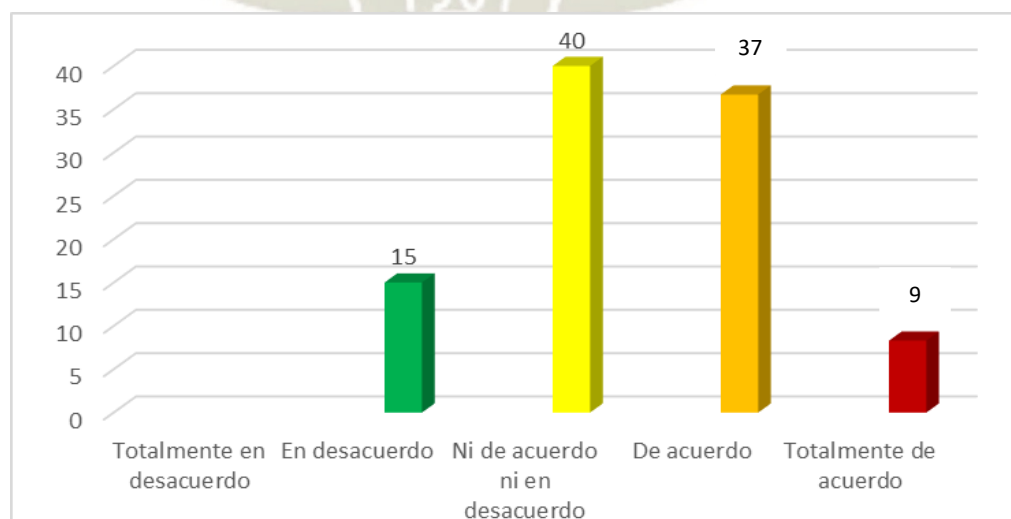
Con las respuestas anteriores podemos notar que gran número de trabajadores es indiferente ante esta pregunta, es decir, es irrelevante para ellos las coordinaciones entre el jefe de área y su jefe inmediato, con lo que se puede entender que solo dan importancia a las funciones que le da su jefe inmediato y sin relacionarse con las opiniones del jefe de área. En tal sentido considero que es importante que todo trabajador sepa de los objetivos y funciones del área, ya que en el rubro hotelero se sigue una cadena de servicios y la comunicación es importante, pues ello permitirá una mejor calidad de servicio. También se resalta que un poco menos de la mitad de trabajadores si está de acuerdo con las coordinaciones de sus jefes lo cual es positivo, pues entienden que la coordinación es importante.

Tabla 6 Se me permite ser creativo e innovador

RESPUESTA	N°	%
En desacuerdo	9	15
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	24	40
De acuerdo	22	37
Totalmente de acuerdo	5	8
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 5 Se me permite ser creativo e innovador



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 6 y figura 5 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, se me permite ser creativo e innovador en las soluciones, donde los resultados más relevantes fueron, con un 40% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 37% están de acuerdo y un 15% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 8% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo.

Frente a esta pregunta podemos notar que casi la mitad de los trabajadores manifiesta que le permiten ser creativos e innovadores, lo cual es positivo, sobretodo, en el área de servicios ya que en algunas ocasiones frente algún inconveniente o problema se tienen que buscar soluciones inmediatas y si el personal se siente confiado en que puede dar una alternativa de solución dentro de lo que se le permite y dentro de las políticas que se establecen, pues este hecho beneficiaría a la empresa, sin embargo se considera que es importante la comunicación sobre lo que se realizó.

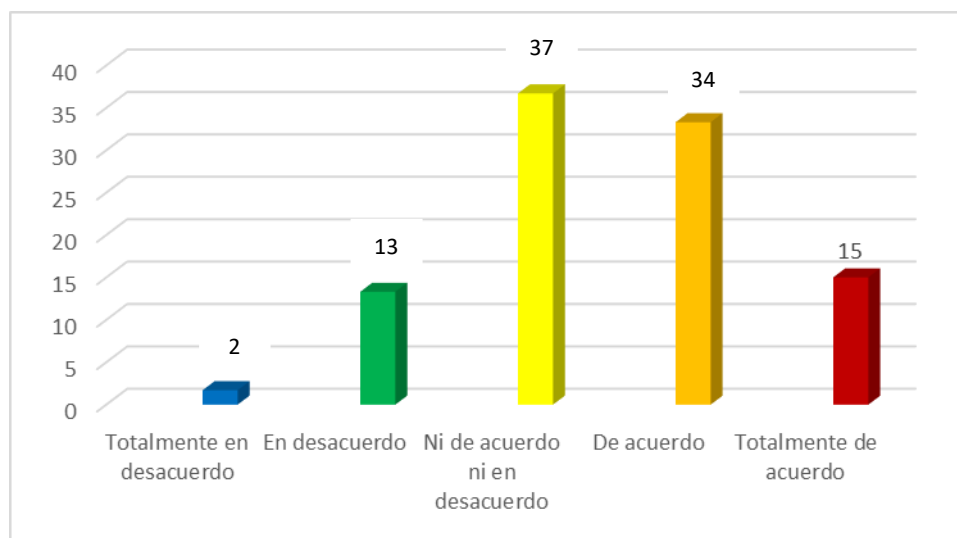
Por otro lado, tenemos a un alto porcentaje a quienes esta pregunta les es indiferente, lo cual demuestra que solo se limitan a hacer su trabajo y si surge algún problema lo podrían derivar a su jefe inmediato y ellos no propondrían ninguna solución, este hecho se puede mejorar siempre y cuando los jefes inmediatos les den la confianza suficiente.

Tabla 7 Sana competencia entre compañeros

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	1	2
En desacuerdo	8	13
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	22	38
De acuerdo	20	33
Totalmente de acuerdo	9	15
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 6 Sana competencia entre compañeros



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 7 y figura 6 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, existe sana competencia entre mis compañeros, donde los resultados más relevantes fueron, con un 37% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 33% están de acuerdo y un 15% respondieron que están total mente de acuerdo, por otro lado, un 13% de encuestados se muestran en desacuerdo, y solo un 2% totalmente en desacuerdo.

Con las respuestas anteriores podemos notar que gran porcentaje de trabajadores considera que existe una sana competencia, pues se entiende que los trabajadores desean lograr un equilibrio en desarrollarse y resaltar entre sus compañeros sin terminar en una competitividad feroz y negativa que repercuta de mala manera en el ambiente laboral, lo cual sería negativo pues el clima organizacional se vería afectado de forma perjudicial.

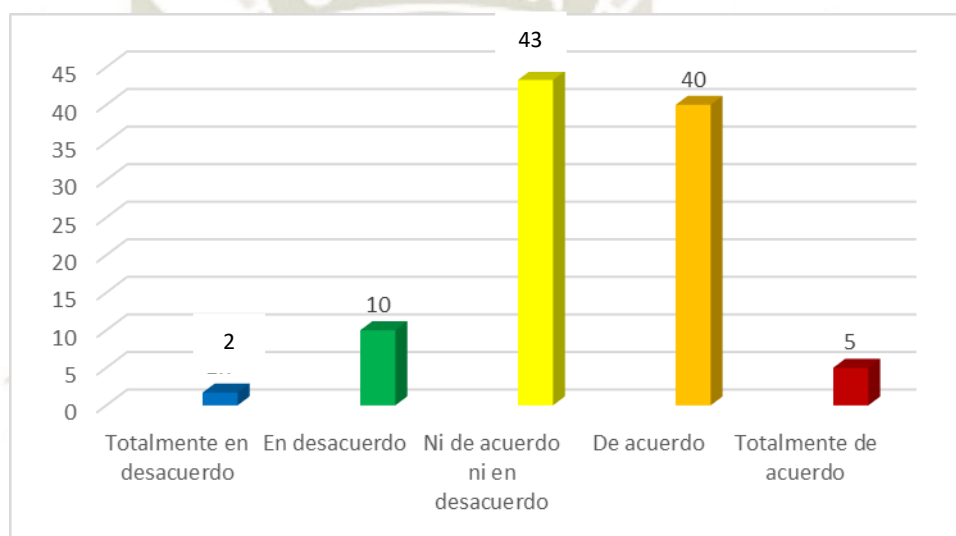
Otro porcentaje indica que le es indiferente y porcentaje mínimo manifiesta estar en desacuerdo con la competencia sana entre compañeros, con lo cual se puede deducir que a ellos solo les importa realizar su trabajo, sin importarles el trabajo de sus compañeros.

Tabla 8 Innovación es característica de la organización

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	1	2
En desacuerdo	6	10
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	26	43
De acuerdo	24	40
Totalmente de acuerdo	3	5
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 7 Innovación es característica de la organización



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 8 y figura 7 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, la innovación es característica de nuestra organización, donde los resultados más relevantes fueron, con un 43% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 40% están de acuerdo y un 10% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 2% de encuestados se muestran totalmente desacuerdo, y solo un 5% totalmente en de acuerdo.

Frente a esta pregunta gran parte de los trabajadores afirmo que la innovación es una característica de la organización, pues esto es importante pues al innovar las empresas

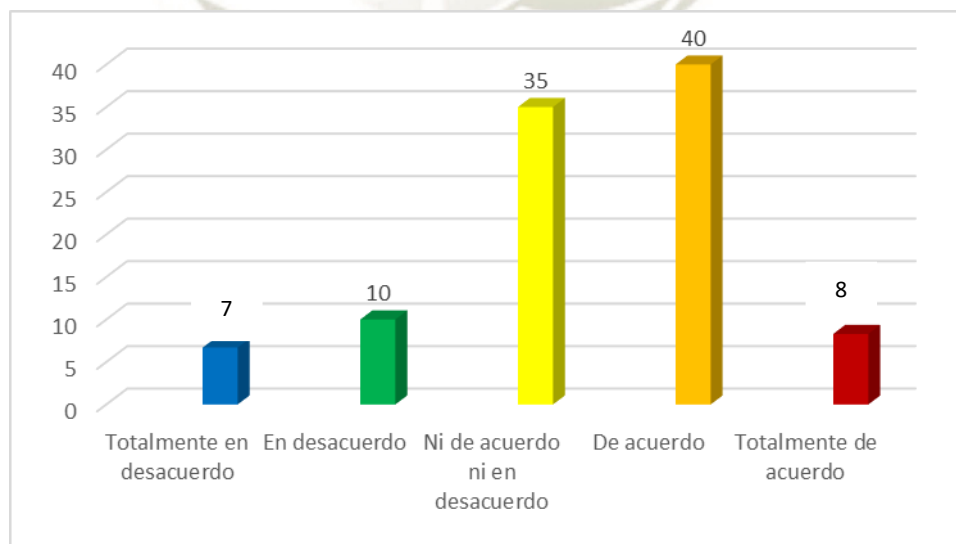
resaltan un capacidad sólida y determinante en su desarrollo y transformación, además a todo ello hay que agregar los diversos beneficios que la innovación aporta a la empresa como la diversificación de servicios y la diferencia que puede tener frente a otros establecimientos hoteleros que no sean innovadores. Cabe resaltar que esto es un orgullo para los trabajadores al saber que su lugar de trabajo está innovando definitivamente esto les permite estar en ventaja frente a otros trabajadores del mismo rubro, hecho que puede mejorar el clima organizacional.

Tabla 9 Institución flexible y adaptable a los cambios

RESPUESTA	Nº	%
Totalmente en desacuerdo	4	6
En desacuerdo	6	10
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	35
De acuerdo	24	40
Totalmente de acuerdo	5	8
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 8 Institución flexible y adaptable a los cambios



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

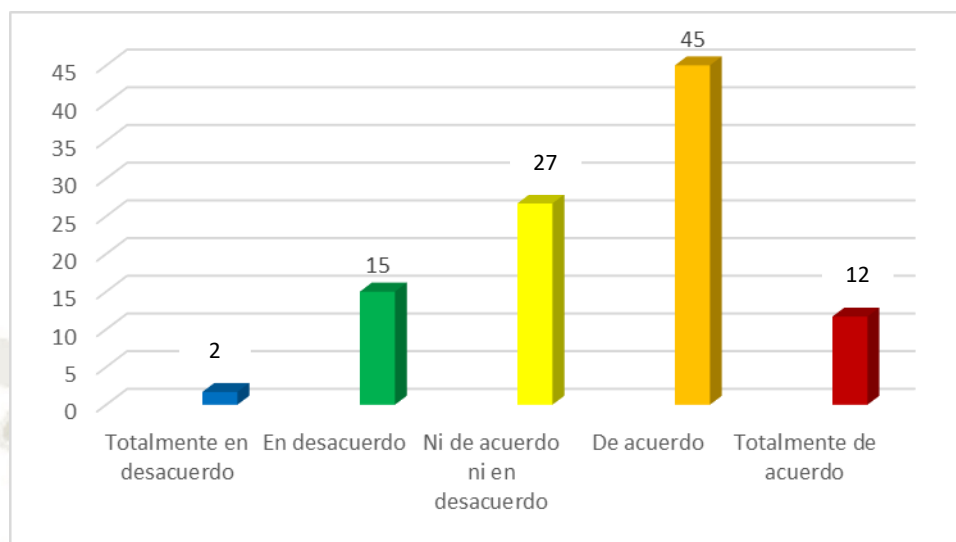
En la tabla 9 y figura 8 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, mi institución es flexible y se adapta bien a los cambios, donde los resultados más relevantes fueron, con un 40% de acuerdo, mientras que un 35% están ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 10% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 8% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 7% totalmente en desacuerdo.

Frente a esta pregunta podemos mencionar de manera positiva que gran porcentaje de trabajadores manifiesta estar de acuerdo en la versatilidad que tiene su institución en cuanto a la flexibilidad y la adaptación a los cambios, pues es positivo, ya que reconocen que la empresa donde laboran hace cambios constantes, por ende, comprenden que también deben ser flexibles y se deben adaptar a los cambios que se les presente, todo con la finalidad de contribuir al logro de objetivos de la empresa. Por otro lado, un porcentaje menor manifiesta estar en desacuerdo, se considera que la empresa debe trabajar con ellos, pues los cambios en cualquier organización son frecuentes y la adaptación a estos cambios es de suma importancia.

Tabla 10 Buen trato en mi trabajo

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	1	2
En desacuerdo	9	15
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	27
De acuerdo	27	45
Totalmente de acuerdo	7	12
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 9 Buen trato en mi trabajo

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 10 y figura 9 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, recibo buen trato en mi trabajo, donde los resultados más relevantes fueron, con un 45% de acuerdo, mientras que un 27% están ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 15% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 12% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 2% totalmente en desacuerdo.

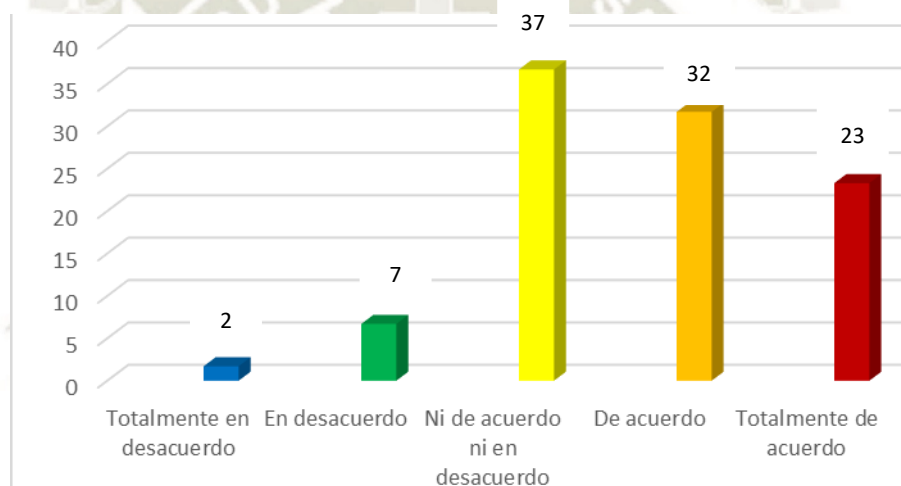
Frente a esta pregunta debemos mencionar que es importante que la totalidad de trabajadores sienta que recibe un buen trato en su centro de labores, pues con esto se mejorará la productividad del establecimiento hotelero, recordemos que un buen clima organizacional conlleva a un trabajo más relajado y sobre todo a una mejor sensación de bienestar a todos los integrantes de la organización. La mayoría de trabajadores manifestó de acuerdo, mientras que la mayoría dijo estar en desacuerdo o simplemente le era indiferente, lo cual es preocupante, pues si los trabajadores no sienten un buen trato en su trabajo, pueden abandonar su puesto de trabajo y generar alta rotación en el trabajo, lo cual no es conveniente para la empresa, pues al margen del costo que demanda, la calidad de servicio puede bajar.

Tabla 11 Reconocen la buena labor realizada

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	1	2
En desacuerdo	4	7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	22	37
De acuerdo	19	32
Totalmente de acuerdo	14	23
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 10 Reconocen la buena labor realizada



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 11 y figura 10 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, en mi trabajo reconocen habitualmente la buena labor realizada, donde los resultados más relevantes fueron, con un 37% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 32% están de acuerdo y un 23% respondieron que están totalmente en de acuerdo, por otro lado, un 7% de encuestados se muestran totalmente desacuerdo, y solo un 2% totalmente en desacuerdo. Frente a la pregunta anterior es satisfactorio saber que más de la mitad de trabajadores manifiestan que si les reconocen de manera habitual su labor realizada, cabe mencionar que

el fomento de del reconocimiento laboral genera satisfacción personal en los trabajadores, lo cual contribuye a que sean felices en su centro de labores y también en su vida personal definitivamente este sería un factor importante para retener el talento humano de la organización.

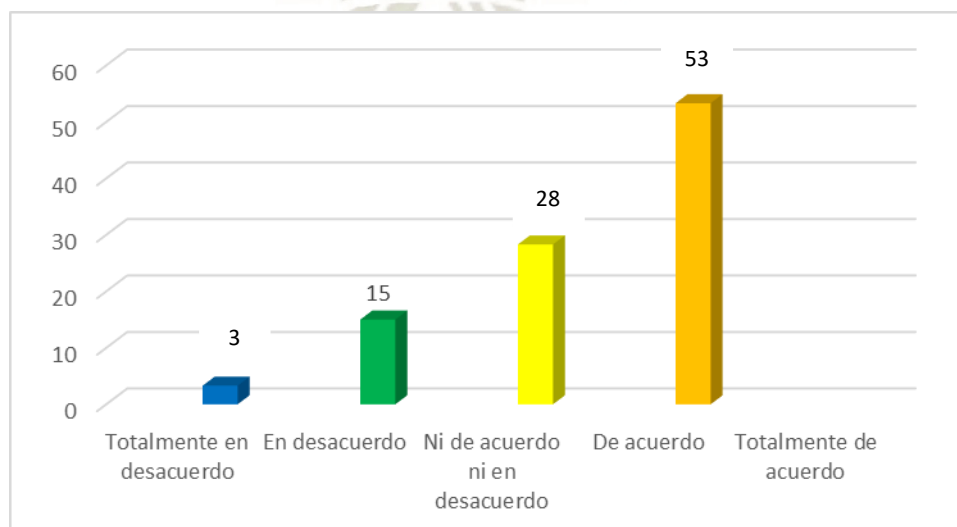
Por otro lado, existe un porcentaje que manifiesta ser indiferente, con lo cual se puede deducir que ellos solo quieren cumplir con su trabajo, quizá no buscan esforzarse más de lo que pueden y solo cumplen con lo que se les pide, definitivamente la empresa debe buscar algún tipo de motivación para que la totalidad de sus empleados mejoren día a día en las labores encomendadas.

Tabla 12 Beneficios ofrecidos son adecuados

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	2	4
En desacuerdo	9	15
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	17	28
De acuerdo	32	53
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 11 Beneficios ofrecidos son adecuados



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

En la tabla 12 y figura 11 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, los beneficios que me ofrecen en mi trabajo son los adecuados, donde los resultados más relevantes fueron, con un 53% de acuerdo, mientras que un 28% ni de acuerdo ni en desacuerdo y 15% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 3% de encuestados se muestran totalmente desacuerdo.

Frente a esta pregunta más de la mitad de los trabajadores considera que los beneficios que le ofrecen en su trabajo son los adecuados lo cual es gratificante pues si el colaborador percibe esto puede se genera compromiso y alto rendimiento en la organización, ambas acciones son necesarias para el desarrollo de cualquier empresa.

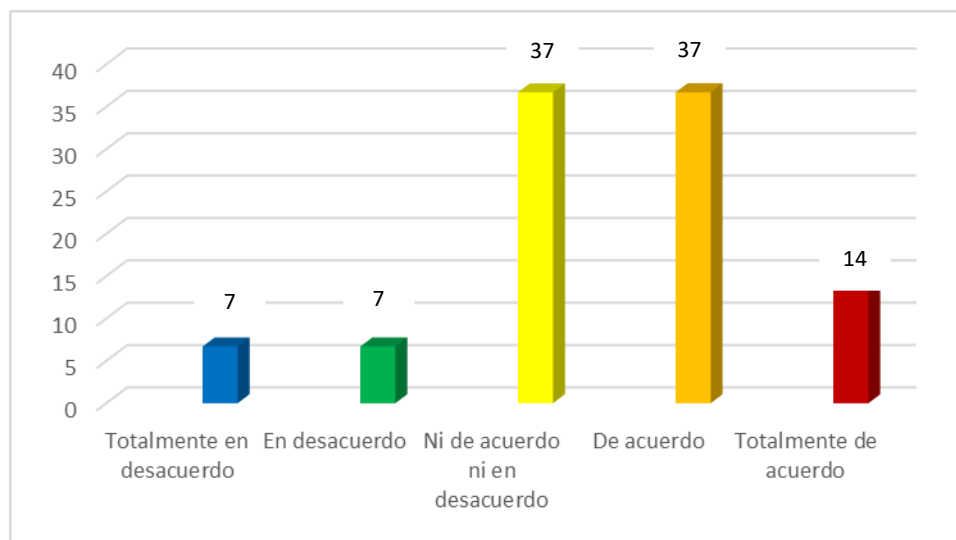
Por otro lado, existe un porcentaje que no está de acuerdo con los beneficios que la empresa le otorga, en tal sentido, la empresa debería tomar medidas al respecto, con la finalidad de lograr que casi la totalidad de sus trabajadores se sienta satisfecho en este sentido y no se genera la deserción laboral, por el contrario, se contribuya a mejorar el clima organizacional.

Tabla 13 Ambiente organizado en el trabajo

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	4	7
En desacuerdo	4	7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	22	36
De acuerdo	22	37
Totalmente de acuerdo	8	13
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 12 Ambiente organizado en el trabajo



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 13 y figura 12 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, existe un ambiente organizado en mi trabajo, donde los resultados más relevantes fueron, con un 37% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 37% están de acuerdo y un 13% respondieron que están totalmente de acuerdo, por otro lado, un 7% de encuestados se muestran totalmente desacuerdo, y solo un 7% totalmente en desacuerdo.

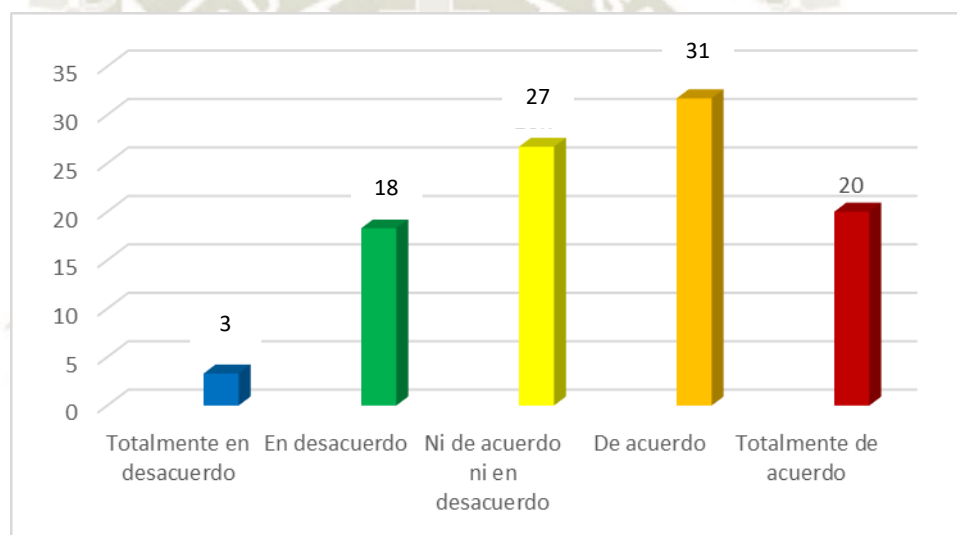
Frente a la pregunta anterior la mitad de los trabajadores afirma tener un ambiente organizado en su trabajo, lo cual es positivo, pues esto les da posibilidad de disponer de los espacios y recursos en su lugar de trabajo. Sin embargo, hay un porcentaje menor que afirma no estar de acuerdo, en tal sentido los encargados deben indagar por qué manifiestan esto y buscar soluciones, quizá algunas áreas estén mejor equipadas, lo cual no debería ocurrir, en caso fuese de esa manera, se generaría malestar entre compañeros, por ende, existiría un mal clima organizacional. Además, existe un porcentaje regular que es indiferente ante esta pregunta lo que indicaría que solo realizan su trabajo y se adaptan al lugar o implementos de trabajo y ellos simplemente se adaptan.

Tabla 14 Satisfecho con mi ambiente de trabajo

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	2	3
En desacuerdo	11	18
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	27
De acuerdo	19	32
Totalmente de acuerdo	12	20
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 13 Satisfecho con el ambiente de trabajo



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 14 y figura 13 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, en términos generales, me siento satisfecho con mi ambiente de trabajo, donde los resultados más relevantes fueron, con un 32% de acuerdo, mientras que un 27% están, ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 20% respondieron que están totalmente de acuerdo, por otro lado, un 18% de encuestados se muestran desacuerdo, y solo un 3% totalmente en desacuerdo.

Frente a esta pregunta más de la mitad de los trabajadores manifiesta estar satisfecho con su ambiente de trabajo, lo cual es gratificante, ya que esto contribuye de manera positiva a la

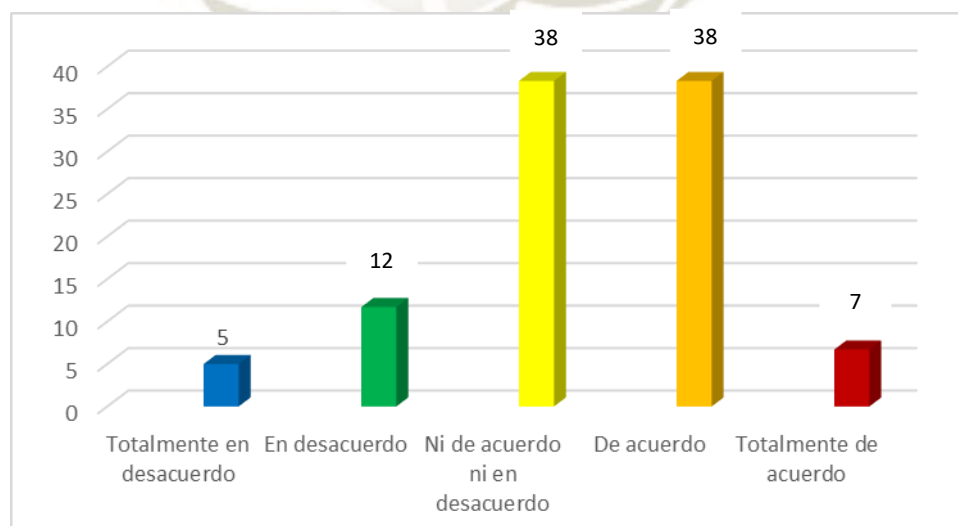
empresa para tener un buen clima organizacional, pues otro porcentaje manifiesta ser indiferente, esto no es negativo ya que ellos no se sienten incómodos, sin embargo la organización debería enterarse del motivo por el cual no se sienten completamente satisfechos, esto puede darse tanto por factores internos o externos. Existe un porcentaje mínimo que manifiesta no estar cómodo, simplemente quizá porque no les gusta el trabajo que realizan y solo están esperando hasta conseguir otra oferta laboral.

Tabla 15 La distribución física de mi área me permite trabajar cómodamente

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	3	5
En desacuerdo	7	12
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	23	38
De acuerdo	23	38
Totalmente de acuerdo	4	7
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 14 La distribución física de mi área me permite trabajar comodamente



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 15 y figura 14 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, considero que la distribución física de mi área me permite trabajar cómodamente, donde los resultados más relevantes fueron, con un 38% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 38% están de acuerdo y un 12% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 7% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 5% totalmente en desacuerdo.

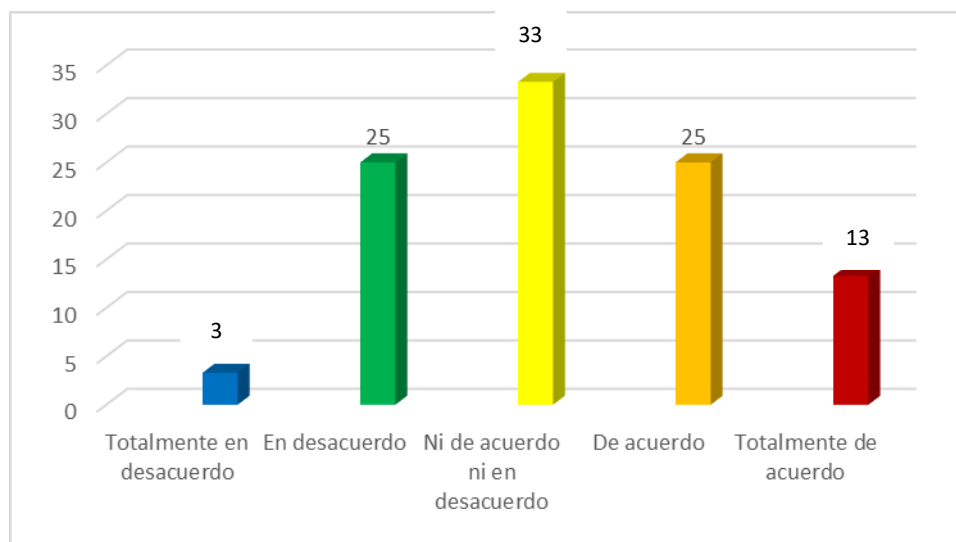
La distribución física del área de trabajo es importante, ya que permite un mejor desempeño, pues los trabajadores se sentirán cómodos en las labores que hacen y contarán con la infraestructura necesaria, los resultados de la encuesta no son alentadores pues menos de la mitad de trabajadores indica estar de acuerdo mientras que otro gran porcentaje es indiferente. En consecuencia, la empresa debe analizar esta situación, pues si el colaborador no se siente cómodo puede afectar de manera negativa al buen clima organizacional.

Tabla 16 Los trámites que se utilizan son simples y facilitan la atención

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	2	3
En desacuerdo	15	25
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	33
De acuerdo	15	25
Totalmente de acuerdo	8	13
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 15 Los tramites que se utilizan son simples y facilitan la atención



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 16 y figura 15 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, los trámites que se utilizan en mi establecimiento son simples y facilitan la atención. donde los resultados más relevantes fueron, con un 33% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 25% están de acuerdo y un 25% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 13% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 3% totalmente en desacuerdo.

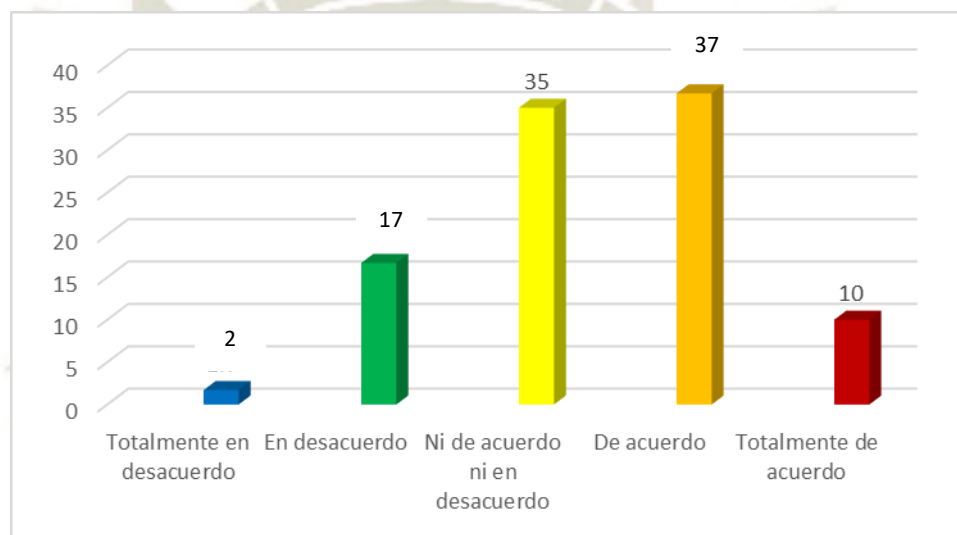
Frente a esta pregunta menos de la mitad de trabajadores afirma que los trámites son simples y facilitan la atención, pues es positivo ya que entienden que es importante la gestión documental en la organización y que está trae consigo muchos beneficios como reducciones de riesgo, ahorro de costes y tiempo, mejora en productividad, mejora de procesos; entre otros porcentajes le sigue el ser indiferente, lo que indica que este grupo de trabajadores considera que los trámites son parte de un proceso y se tienen que seguir, el tiempo que les tome hacerlo no es de importancia.

Tabla 17 Métodos para evaluar la calidad de atención

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	1	2
En desacuerdo	10	17
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	35
De acuerdo	22	37
Totalmente de acuerdo	6	10
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 16 Métodos para evaluar la calidad de atención



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 17 y figura 16 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, existen formas o métodos para evaluar la calidad de atención en mi trabajo, donde los resultados más relevantes fueron, con un 37% de acuerdo, mientras que un 35% están ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 17% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 10% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 2% totalmente en desacuerdo.

Frente a esta pregunta los trabajadores consideran que si evalúan la calidad de atención al momento que realizan su trabajo, lo cual es positivo, pues saben que están siendo calificados

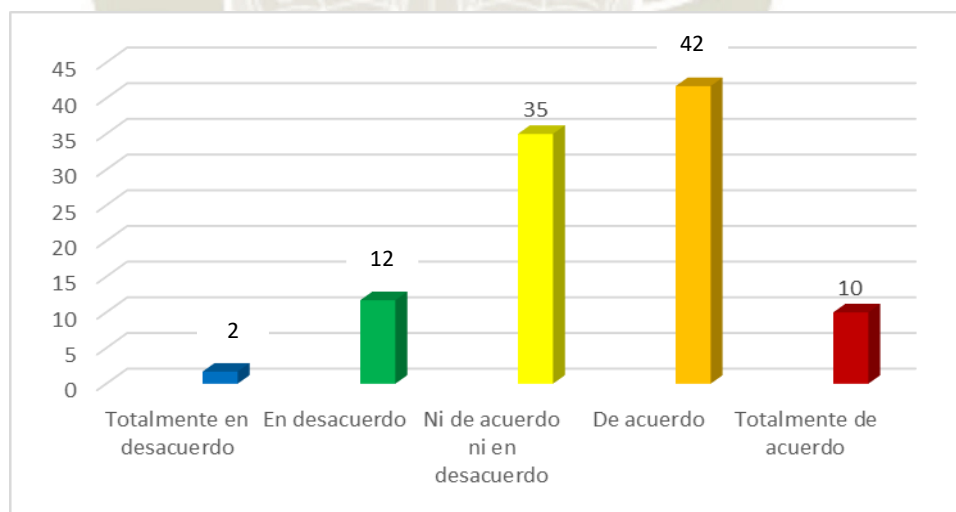
en todo momento y que deben realizar bien su trabajo, otro porcentaje manifiesta que le es indiferente las formas o métodos para evaluar su trabajo, lo cual indica que siempre deben realizar bien su trabajo así los califiquen o no, mientras que una minoría indica que no existen formas para evaluar la calidad, lo cual no es correcto ya que la calidad de atención siempre se mide de manera directa o indirecta, ya que se trabaja con personas y cualquier comentario negativo o positivo de un huésped, sirve como referencia para calificar al trabajador.

Tabla 18 Hay supervisión constante al personal

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	1	2
En desacuerdo	7	12
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	35
De acuerdo	25	42
Totalmente de acuerdo	6	10
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 17 Hay supervisión constante al personal



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 18 y figura 17 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, hay supervisión constantemente al personal, donde los resultados más relevantes fueron, con un

42% de acuerdo, mientras que un 35% están ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 12% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 10% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 2% totalmente en desacuerdo.

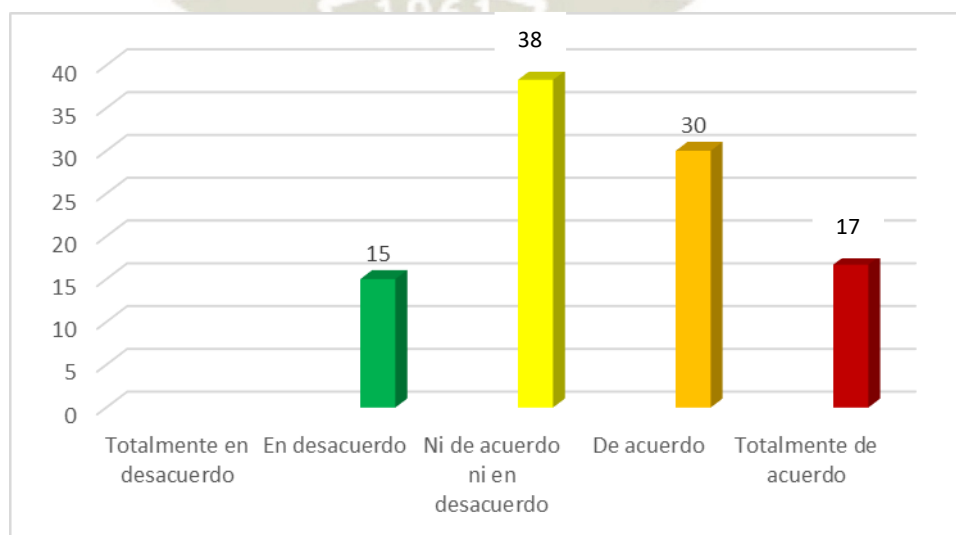
Frente a la pregunta anterior podemos afirmar que más de la mitad de los trabajadores indican que existe una supervisión constante hacia su trabajo, esto es positivo ya que a nivel de organizaciones la supervisión cumple un rol muy importante de esta forma se permite mejorar la productividad de los trabajadores que forman parte de la empresa. Un porcentaje significativo también manifiesta que le es indiferente, lo que indica que ellos solo cumplen con su trabajo.

Tabla 19 Las normas son claras facilitando mi trabajo

RESPUESTA	N°	%
En desacuerdo	9	15
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	23	38
De acuerdo	18	30
Totalmente de acuerdo	10	17
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 18 Las normas son claras facilitando mi trabajo



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 19 y figura 18 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, las normas y reglas de mi institución son claras y facilitan mi trabajo, donde los resultados más relevantes fueron, con un 38% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 30% están de acuerdo y un 17% respondieron que están totalmente de acuerdo, por otro lado, un 15% de encuestados están en desacuerdo.

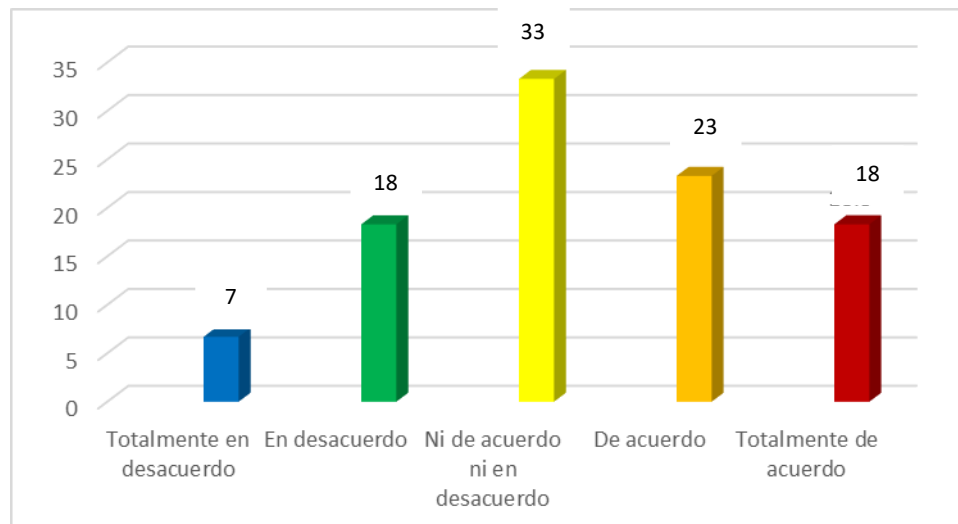
Frente a la pregunta planteada anteriormente podemos notar que gran parte de los trabajadores es indiferente ante el reglamento que tiene la empresa, un porcentaje importante afirma que las normas y reglas no están claras, lo cual no es muy satisfactorio, ya que para poder trabajar en armonía y convivir con nuestros compañeros necesitamos de normas y reglas que indiquen lo que está permitido e impidan que nos perjudiquemos unos a otros. Las normas deben quedar claras para guiar la conducta de los trabajadores dentro de la organización y se pueda tener un buen clima organizacional evitando en la medida los conflictos y poder brindar un servicio de calidad.

Tabla 20 Las decisiones se toman en el nivel que debe tomarse

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	4	7
En desacuerdo	11	18
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	33
De acuerdo	14	23
Totalmente de acuerdo	11	18
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 19 Las decisiones se toman en el nivel que debe tomarse



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 20 y figura 19 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, las decisiones se toman en el nivel que debe tomarse, donde los resultados más relevantes fueron, con un 33% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 23% están de acuerdo y un 18% respondieron que están totalmente de acuerdo, por otro lado, un 18% de encuestados se muestran de acuerdo, y solo un 7% totalmente en desacuerdo.

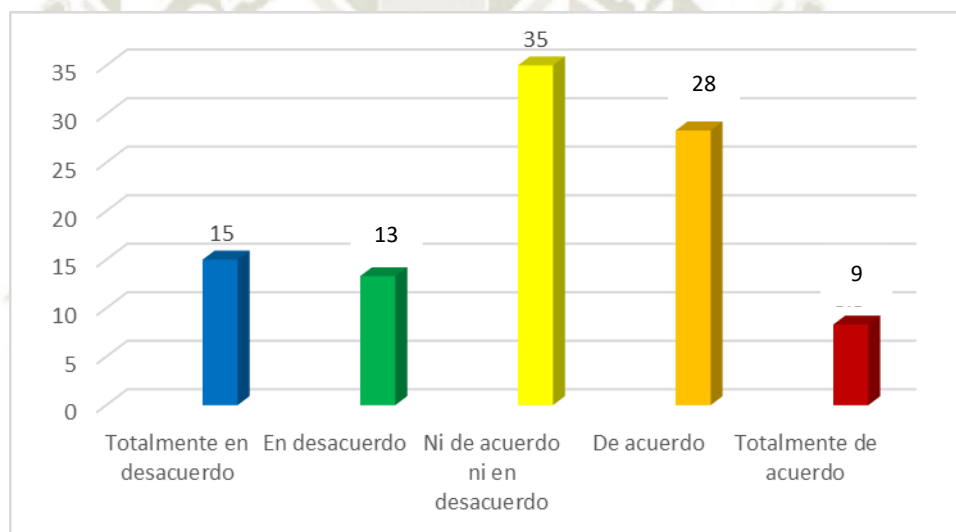
Frente a esta pregunta podemos deducir que gran porcentaje de los trabajadores está en desacuerdo o le es indiferente, lo cual es preocupante, ya que se demuestra claramente que no respetan las jerarquías de la organización en cuanto áreas o departamentos, considero que es un punto relevante que la empresa hotelera debe aclarar o en todo caso dar a conocer su organigrama, de tal forma que, si surge algún inconveniente con algún huésped, sepan buscar responsables, todo ello con la finalidad de mejorar la calidad del servicio.

Tabla 21 Compañeros de trabajo toman iniciativa para la solución de problemas

RESPUESTA	Nº	%
Totalmente en desacuerdo	9	15
En desacuerdo	8	13
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	35
De acuerdo	17	28
Totalmente de acuerdo	5	8
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 20 Compañeros de trabajo toman iniciativa para la solución de problemas



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 21 y figura 20 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, mis compañeros de trabajo toman iniciativas para la solución de problemas, donde los resultados más relevantes fueron, con un 35% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 28% están de acuerdo y un 15% respondieron que están totalmente desacuerdo, por otro lado, un 13% de encuestados se muestran desacuerdo, y solo un 8% totalmente en de acuerdo.

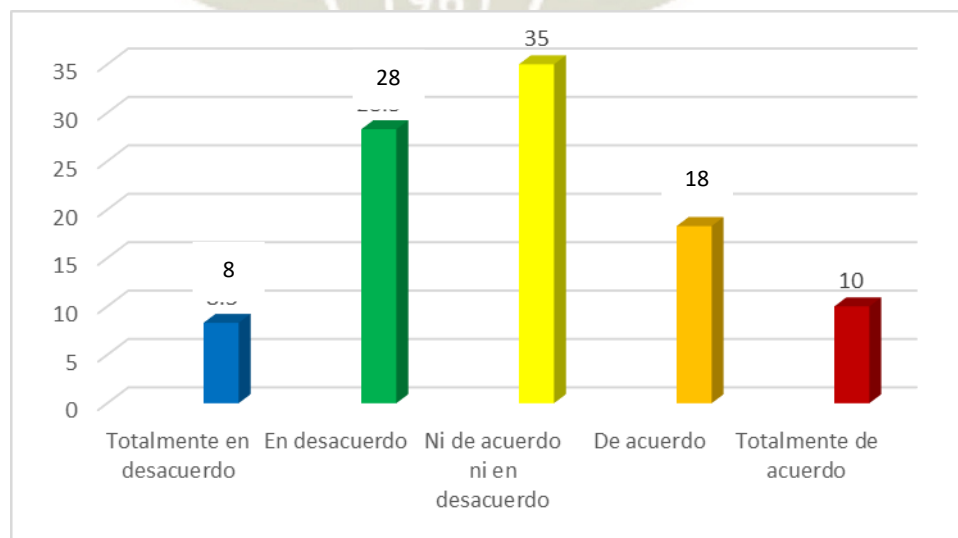
La pregunta anterior afirma que menos de la mitad de los trabajadores se ha percatado en el comportamiento de sus compañeros frente a un problema y si tuvieron la iniciativa de buscar una solución, otro porcentaje importante indica que es indiferente, lo cual preocupa, puesto que no se muestra mucha solidaridad, apoyo y trabajo en equipo; este comportamiento no es favorable sobre todo en una empresa hotelera, lugar en el cual se brinda una cadena de servicios los cuales tiene que manejarse de la manera óptima, con la finalidad de ofrecer un servicio de calidad.

Tabla 22 Mi jefe inmediato superior trata de obtener información

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	5	8
En desacuerdo	17	28
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	35
De acuerdo	11	18
Totalmente de acuerdo	6	10
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 21 Mi jefe inmediato superior trata de obtener información



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 22 y figura 23 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, mi jefe inmediato superior trata de obtener información antes de tomar una decisión, donde los resultados más relevantes fueron, con un 35% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 28% están en desacuerdo y un 18% respondieron que están de acuerdo, por otro lado, un 10% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 8% totalmente en desacuerdo.

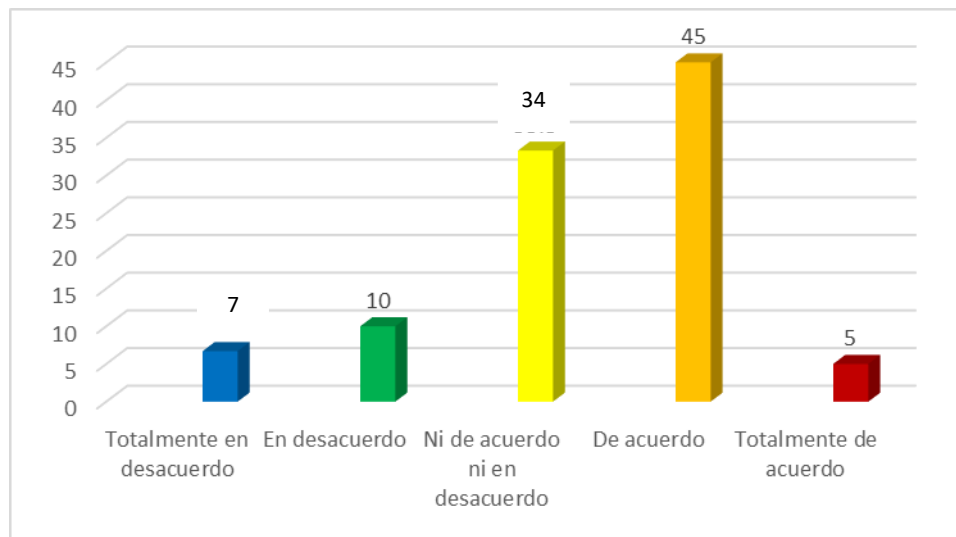
Frente a esta pregunta la mayoría de los encuestados es indiferente o está en desacuerdo al preguntarle si su jefe inmediato trata de obtener información para luego tomar una decisión, esta respuesta no es tan alentadora, es importante averiguar los hechos, analizar porque ocurrieron y recién tomar una decisión esto con la finalidad de resolver problemas y eliminarlos de raíz, con la finalidad de brindar un servicio de calidad al huésped, esto también va a permitir que la empresa este constantemente en mejora continua.

Tabla 23 Buena comunicación entre compañeros de trabajo

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	4	7
En desacuerdo	6	10
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	33
De acuerdo	27	45
Totalmente de acuerdo	3	5
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 22 Buena comunicación entre compañeros de trabajo



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

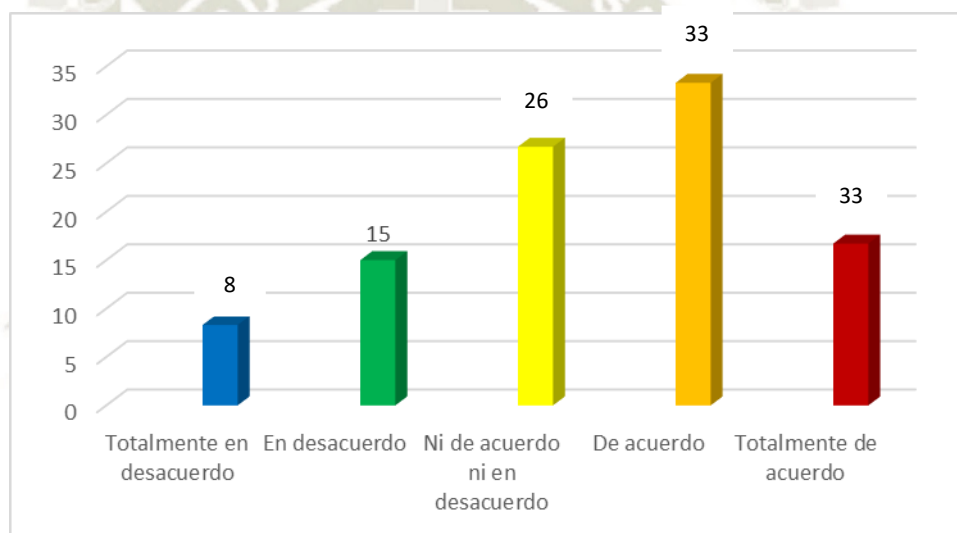
En la tabla 23 y figura 22 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, existe una buena comunicación entre mis compañeros de trabajo, donde los resultados más relevantes fueron, con un 45% de acuerdo mientras que un 33% están ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 10% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 7% de encuestados se muestran totalmente en desacuerdo, y solo un 5% totalmente en de acuerdo. Frente a la pregunta anterior la mayoría de los encuestados respondió que efectivamente si hay una buena comunicación entre compañeros, lo cual es muy alentador, pues la comunicación es un factor muy importante en las empresas, permite la adecuada coordinación para poder brindar un servicio de calidad; sin embargo, existe otro porcentaje que es indiferente, caso en el que la empresa debe indagar porque y hacer que exista una buena comunicación entre todos sus trabajadores.

Tabla 24 Mi jefe me comunica que estoy realizando bien o mal mi trabajo

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	5	8
En desacuerdo	9	15
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	27
De acuerdo	20	33
Totalmente de acuerdo	10	17
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 23 Mi jefe me comunica que estoy realizando bien o mal mi trabajo



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 24 y figura 23 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, mi jefe inmediato superior me comunica si estoy realizando bien o mal mi trabajo, donde los resultados más relevantes fueron, con un 33% de acuerdo mientras que un 27% están ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 17% respondieron que están totalmente de acuerdo, por otro lado, un 15% de encuestados se muestran totalmente desacuerdo, y solo un 8% totalmente en desacuerdo.

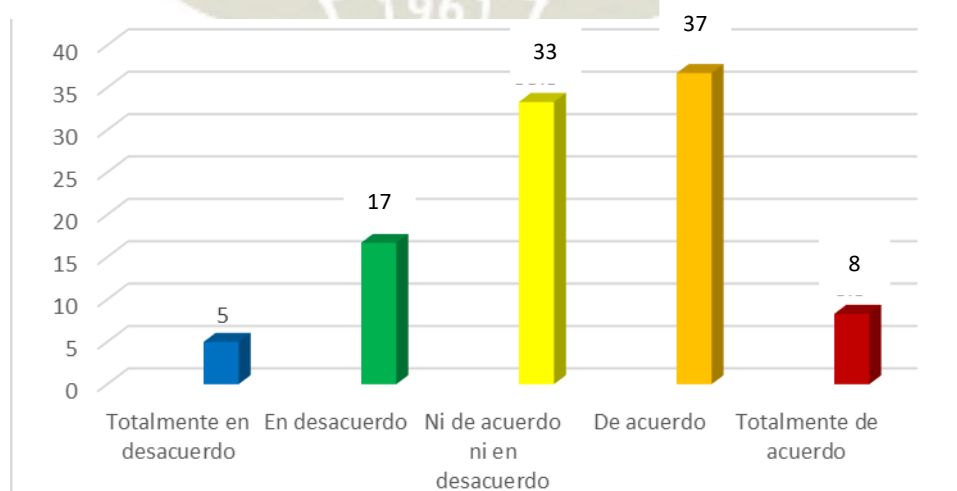
Con la pregunta anterior se quiere obtener información sobre la supervisión que realizan a los trabajadores de la empresa, es importante hacerle saber si su trabajo es correcto o si aún hay cosas que se tienen que mejorar, esto le dará seguridad en las labores que desempeñan, además los supervisores del hotel tendrán la certeza del cumplimiento de los estándares de calidad que desean brindar a sus huéspedes, la mitad de los encuestados afirma que esta práctica se está dando, mientras que la otra mitad muestra indiferencia o simplemente está en desacuerdo, los jefes inmediatos deben hacer lo mismo con todos los trabajadores de la organización.

Tabla 25 La información de interés para todos llega de manera oportuna

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	3	5
En desacuerdo	10	17
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	33
De acuerdo	22	37
Totalmente de acuerdo	5	8
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 24 La información de interés para todos llega de manera oportuna



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 25 y figura 24 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, la información de interés para todos llega de manera oportuna a mi persona, donde los resultados más relevantes fueron, con un 37%, de acuerdo, mientras que un 33% están ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 17% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 8% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 5% totalmente en desacuerdo.

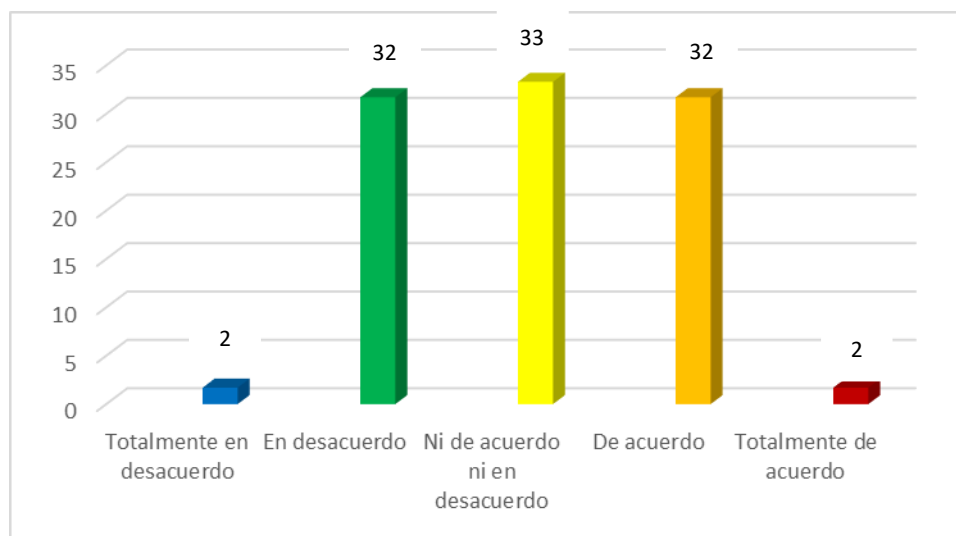
Frente a la interrogante anterior más de la mitad de los trabajadores afirma que la información de interés general llega en momento indicado, lo cual es alentador, pues los trabajadores si están informados de manera oportuna sobre los cambios o novedades de la empresa, esto los hace participes y sienten que forman parte de la organización, lo cual los motiva a tener un mayor compromiso. Sin embargo, existe otro porcentaje que manifiesta estar en desacuerdo o sencillamente le es indiferente, lo que indica que ellos solo quieren cumplir con su trabajo y las indicaciones que les dan.

Tabla 26 Presto atención a los comunicados que emiten mis superiores

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	1	2
En desacuerdo	19	32
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	33
De acuerdo	19	32
Totalmente de acuerdo	1	2
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 25 Presto atención a los comunicados que emiten mis superiores



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 26 y figura 25 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, presto atención a los comunicados que emiten mis superiores, donde los resultados más relevantes fueron, con un 33% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 32% están de acuerdo y un 32% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 2% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 2% totalmente en desacuerdo.

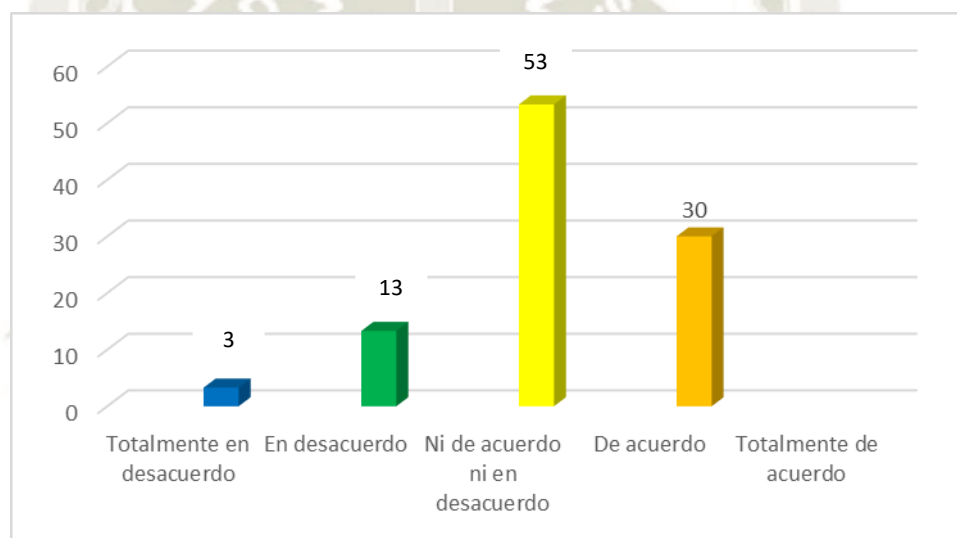
La pregunta anterior es importante, pues hace referencia a la comunicación de forma vertical en la organización, los resultados están claramente divididos, lo cual no es muy alentador, pues lo ideal sería que la totalidad de los trabajadores estén atentos a los comunicados ya que pueden contener información para el desempeño de funciones en sus puestos laborales, cambios que pueden ayudar a mejorar la calidad de servicio brindado a los huéspedes.

Tabla 27 Me interesa el desarrollo de mi empresa

RESPUESTA	Nº	%
Totalmente en desacuerdo	2	3
En desacuerdo	8	13
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	32	54
Totalmente de acuerdo	18	30
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 26 Me interesa el desarrollo de mi empresa



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 27 y figura 26 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, me interesa el desarrollo de mi empresa, donde los resultados más relevantes fueron, con un 53% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 30% están de acuerdo y un 13% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 13% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 3% totalmente en desacuerdo.

Los resultados de la pregunta anterior no son muy alentadores ya que más de la mitad indica ser indiferente ante el interés del desarrollo de la empresa y un porcentaje considerable

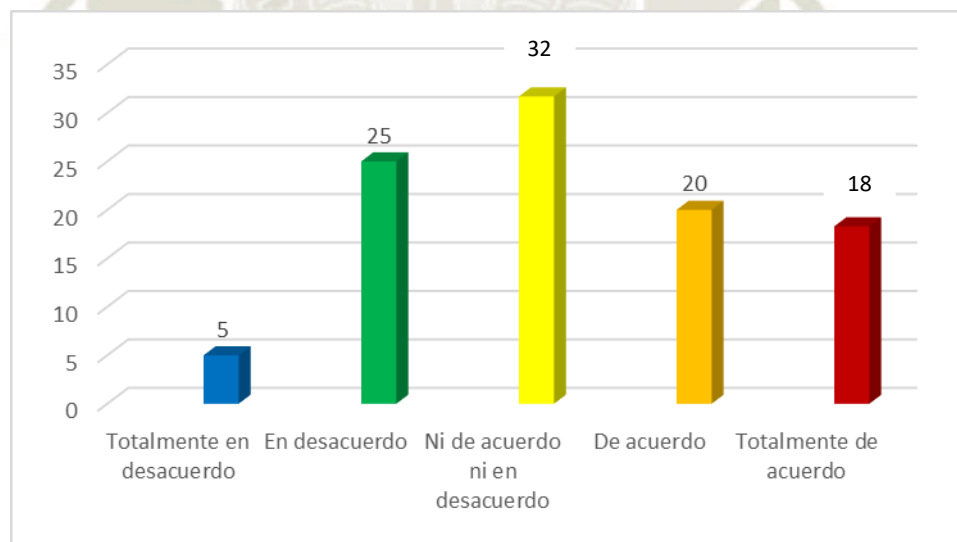
manifiesta que no le interesa. En tal sentido la empresa debe tomar medidas al respecto y darles a entender que el desarrollo de la empresa también beneficiará a los trabajadores. Si la empresa cumple sus objetivos en el proceso de desarrollo, definitivamente puede mejorar la calidad del servicio o producto ya que es uno de los objetivos de las empresas en general.

Tabla 28 Mi trabajo contribuye directamente al alcance de los objetivos

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	3	5
En desacuerdo	15	25
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	19	32
De acuerdo	12	20
Totalmente de acuerdo	11	18
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 27 Mi trabajo contribuye directamente al alcance de los objetivos



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 28 y figura 27 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, mi trabajo contribuye directamente al alcance de los objetivos de mi empresa, donde los resultados más relevantes fueron, con un 32% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 25% están en desacuerdo y un 20% respondieron que están de acuerdo, por otro lado, un 18% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 5% totalmente en desacuerdo.

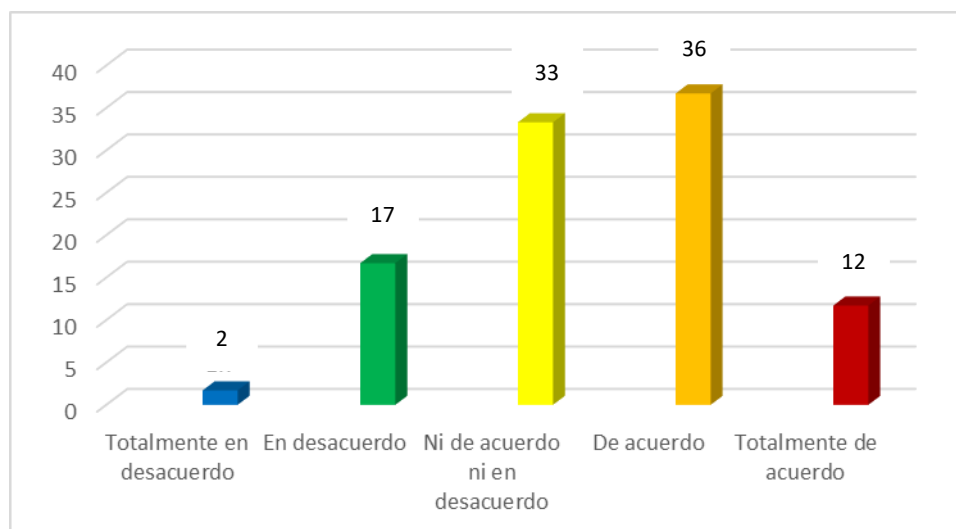
El hecho de que los empleados sientan que su trabajo es importante ya que ayuda a contribuir con los objetivos de la empresa es necesario, sin embargo, la encuesta refleja lo contrario, menos de la mitad de trabajadores piensa que su trabajo no contribuye a los objetivos empresariales, resultado que preocupa, los gerentes o dueños de los establecimientos deben hacer notar a sus trabajadores lo importante que es su trabajo y de esta manera motivarlos.

Tabla 29 Me siento a gusto de formar parte de la empresa

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	1	2
En desacuerdo	10	17
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	33
De acuerdo	22	37
Totalmente de acuerdo	7	12
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 28 Me siento a gusto de formar parte de la empresa



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 29 y figura 28 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si me siento a gusto de formar parte de la empresa, donde los resultados más relevantes fueron, con un 37%, de acuerdo, mientras que un 25% están de ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 17% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 12% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 2% totalmente en desacuerdo.

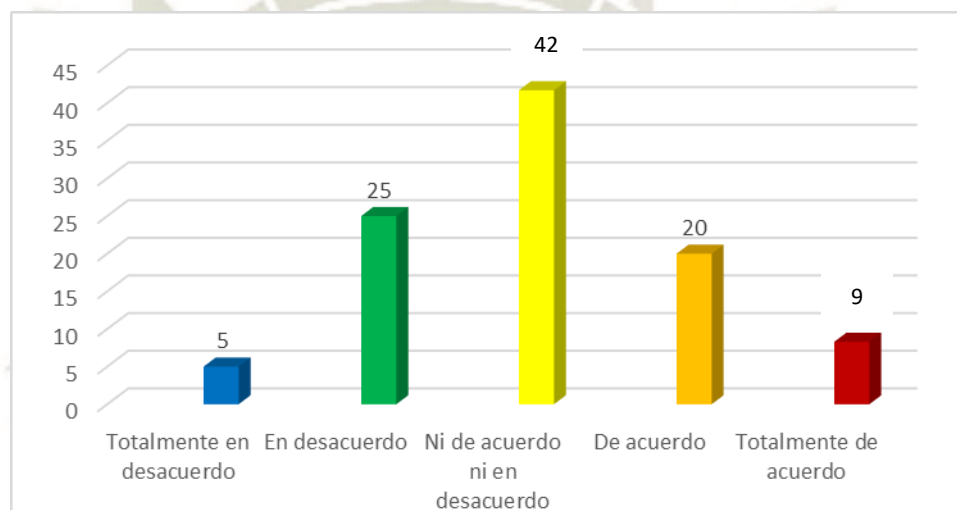
El hecho de sentirse a gusto en el trabajo es importante pues contribuye al bienestar emocional, lo cual es uno de los factores más valorados por los trabajadores, y ese bienestar se traduce en más productividad por parte de los empleados; la empresa debe aprovechar esta herramienta para mejorar su calidad de servicio; en la presente encuesta la mayoría de trabajadores está de acuerdo lo cual es positivo tanto para la empresa como para los trabajadores.

Tabla 30 Las tareas que desempeño correspondiente a mi función

RESPUESTA	Nº	%
Totalmente en desacuerdo	3	5
En desacuerdo	15	25
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	42
De acuerdo	12	20
Totalmente de acuerdo	5	8
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 29 Las tareas que desempeño correspondiente a mi función



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 30 y figura 29 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, las tareas que desempeño corresponden a mi función, donde los resultados más relevantes fueron, con un 42% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 25% están en desacuerdo y un 20% respondieron que están de acuerdo, por otro lado, un 8% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 5% totalmente en desacuerdo.

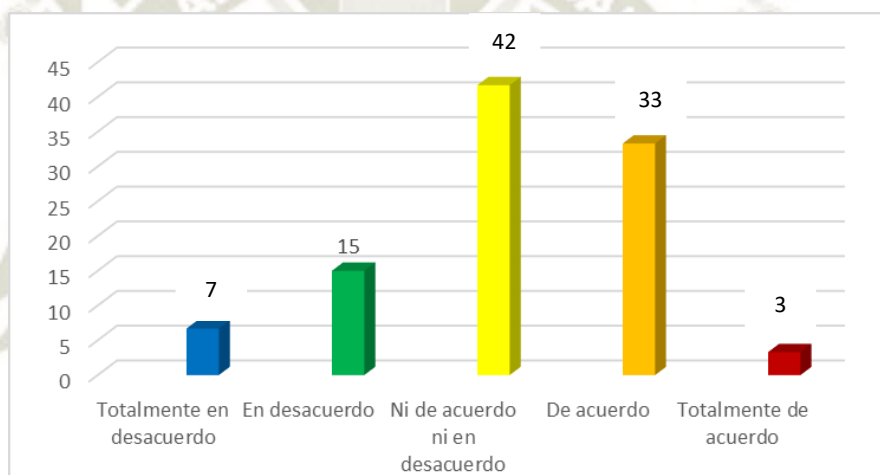
Frente a esta pregunta la mayoría de trabajadores es indiferente lo que indica que las tareas que desempeñan están dentro de sus funciones o en todo caso no tendrían ningún problema si se les añade o quita funciones, un porcentaje importante indica que no está de acuerdo, dando a entender que están realizando más funciones de las que les corresponden.

Tabla 31 Considero que el trabajo que realizan los directivos para manejar conflictos es bueno

RESPUESTA	Nº	%
Totalmente en desacuerdo	4	7
En desacuerdo	9	15
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	42
De acuerdo	20	33
Totalmente de acuerdo	2	4
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 30 Considero que el trabajo que realizan los directivos para manejar conflictos es bueno



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 31 y figura 30 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, considero que el trabajo que realizan los directivos para manejar conflictos es bueno donde los resultados más relevantes fueron, con un 42% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 33% están de acuerdo y un 15% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 7% de encuestados se muestran totalmente en desacuerdo, y solo un 3% totalmente de acuerdo.

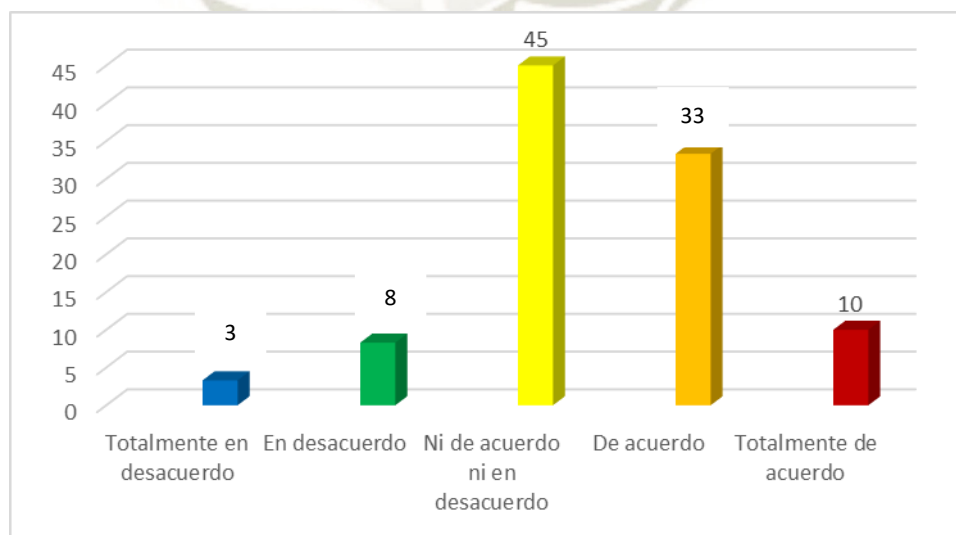
Frente a esta interrogante la mayoría de encuestados es indiferente ante la pregunta, seguido de un porcentaje importante quienes consideran que efectivamente los directivos manejan de forma adecuada los conflictos, lo cual es positivo y se debe proyectar esa imagen, es relevante resaltar el tono de voz con el cual nos dirigimos a los demás compañeros de trabajo, ya que un descontrol en tus emociones puede agravar el problema; el manejo de conflictos es parte importante de madurez de las organizaciones.

Tabla 32 Las reuniones de coordinación con los miembros de otras áreas son frecuente

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	2	3
En desacuerdo	5	8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	27	45
De acuerdo	20	34
Totalmente de acuerdo	6	10
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 31 Las reuniones de coordinación con los miembros de otras áreas son frecuente



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 32 y figura 31 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, las reuniones de coordinación con los miembros de otras áreas son frecuentes, donde los resultados más relevantes fueron, con un 45% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 33% están de acuerdo y un 10% respondieron que están en totalmente de acuerdo, por otro lado, un 8% de encuestados se muestran en desacuerdo, y solo un 3% totalmente en desacuerdo.

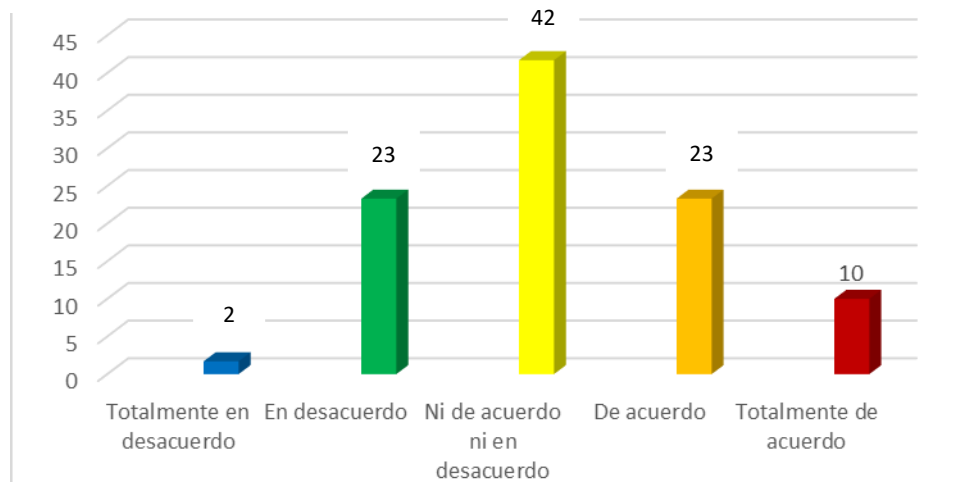
Frente a la pregunta anterior podemos afirmar que existe coordinación entre áreas es constante, lo cual es alentador pues la coordinación es un proceso trascendente de la empresa, esto permite evaluar el grado de integración de sus miembros, lo cual genera buen clima organizacional y también permite crear una buena calidad de servicio ya que todas las áreas están coordinadas.

Tabla 33 Las otras áreas ayudan cuando se necesita

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	1	2
En desacuerdo	14	23
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	42
De acuerdo	14	23
Totalmente de acuerdo	6	10
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 32 Las otras áreas ayudan cuando se necesita



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 33 y figura 32 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, las otras áreas o servicios me ayudan cuando los necesito, donde los resultados más relevantes fueron, con un 42% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 23% están de acuerdo y un 23% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 10% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 2% totalmente en desacuerdo.

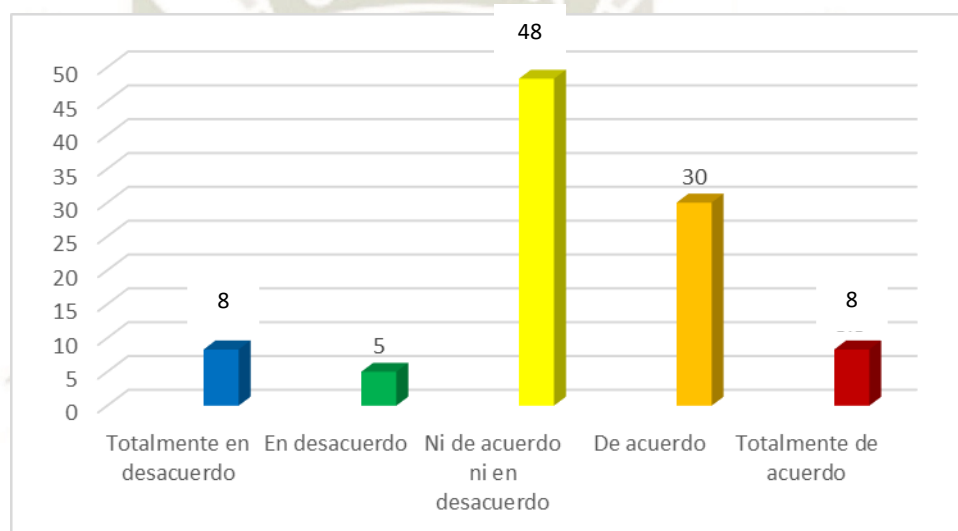
Frente a esta pregunta la mayoría de encuestados son indiferentes y un porcentaje alto indica estar de acuerdo, lo cual es positivo pues con esto se entiende que existe solidaridad y compañerismo, los directivos de la empresa deben apuntar a que la totalidad de sus trabajadores sean solidarios, sin embargo, se debe mantener la autonomía de las áreas y sus funciones.

Tabla 34 Puedo contar con los compañeros cuando se necesita

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	5	8
En desacuerdo	3	5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	29	48
De acuerdo	18	31
Totalmente de acuerdo	5	8
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 33 Puedo contar con los compañeros cuando se necesita



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 34 y figura 33 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, puedo contar con mis compañeros de trabajo cuando los necesito. donde los resultados más relevantes fueron, con un 48% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 30% están de acuerdo y un 8% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 8% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 5% totalmente en desacuerdo.

Frente a esta pregunta, al igual que la anterior los trabajadores son indiferentes y un porcentaje importante considera que efectivamente cuando necesite ayuda, sus compañeros

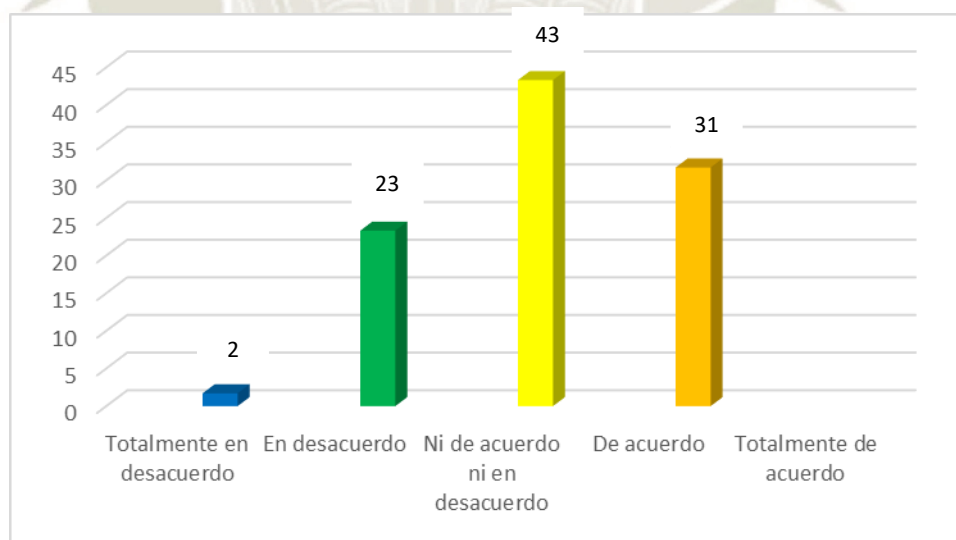
le ayudarán, esto afirma el compañerismo que existe en la organización, sin embargo, se debe reforzar esta acción. También cabe mencionar que un porcentaje menor indica no tener apoyo de sus compañeros, esto quizá se pueda dar por la excesiva carga laboral de las demás áreas, sin embargo se considera como un acontecimiento eventual; en el rubro hotelero es importante no descuidar ninguna área, ya que, si el huésped lo nota, puede percibir que no se brinda un servicio de calidad.

Tabla 35 Mantengo buenas relaciones con el grupo que trabajo

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	1	2
En desacuerdo	14	23
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	26	43
De acuerdo	19	32
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 34 Mantengo buenas relaciones con el grupo que trabajo



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 35 y figura 34 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, mantengo buenas relaciones con los miembros de mi grupo de trabajo, donde los resultados

más relevantes fueron, con un 43% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 32% están de acuerdo y un 23% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 2% de encuestados se muestran totalmente desacuerdo.

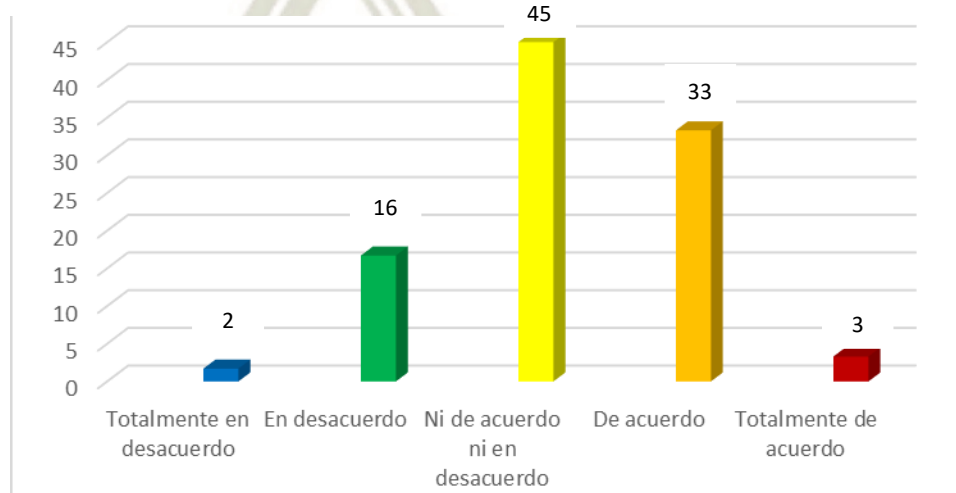
Frente a esta pregunta al igual que la anterior, los trabajadores en su mayoría consideran estar de acuerdo y otro tanto, sencillamente les es indiferente, lo que afirma que no siempre se tenían buenas relaciones, sin embargo, era es una situación que se puede sostener y seguir laborando, cabe resaltar que el mantener buenas relaciones con los miembros de trabajo contribuye de manera positiva al clima organizacional y tendrá consecuencias favorables para la calidad de servicio.

Tabla 36 Mi contribución juega un papel importante

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	1	2
En desacuerdo	10	17
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	27	45
De acuerdo	20	33
Totalmente de acuerdo	2	3
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 35 Mi contribución juega un papel importante



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 36 y figura 35 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, mi contribución juega un papel importante en el éxito de la empresa, donde los resultados más relevantes fueron, con un 45% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 33% están de acuerdo y un 17% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 3% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 3% totalmente en desacuerdo.

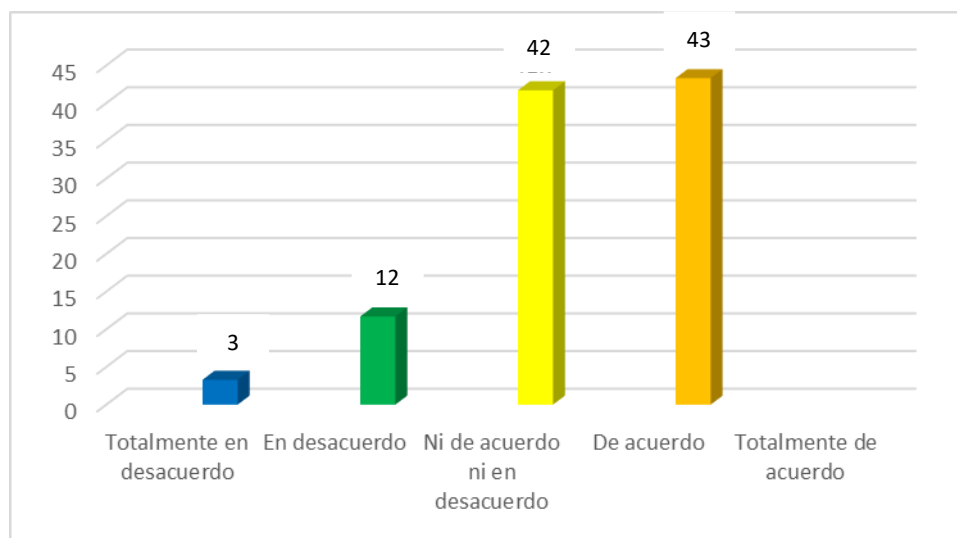
Frente a esta pregunta, al igual que la anterior la mayoría de encuestados responde que está de acuerdo y otro alto porcentaje menciona que son indiferentes frente a esta situación, la empresa hotelera debe hacer conocer a su personal que el éxito de cada uno es el éxito general de empresa, ya que, si los trabajadores brindan un servicio de calidad, los huéspedes estarían satisfechos y regresarían al establecimiento lo cual generará mayores divisas.

Tabla 37 La labor que desempeño es valorada

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	2	3
En desacuerdo	7	12
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	42
De acuerdo	26	43
Total	60	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 36 La labor que desempeño es valorada



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 37 y figura 36 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, la labor que desempeño es valorada por todos, donde los resultados más relevantes fueron, con un 43% de acuerdo, mientras que un 42% están ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 12% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 3% de encuestados se muestran totalmente en desacuerdo.

Frente a esta pregunta la mayoría de los encuestados son indiferentes, otro porcentaje importante manifiesta que la labor desempeñada es valorada por todos, lo cual es importante ya que los colaboradores se sienten respaldados y reconocidos por la empresa, sin embargo, es importante que se extienda a la totalidad de trabajadores en la empresa.

3.2. SEGUNDA VARIABLE

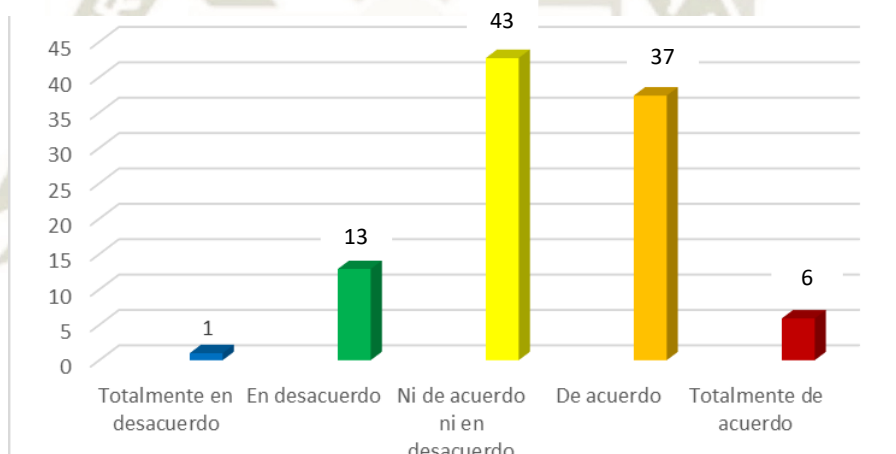
CALIDAD DE SERVICIO

Tabla 38 El Hotel cuenta con instalaciones modernas y atractivas

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	3	1
En desacuerdo	37	13
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	122	43
De acuerdo	107	37
Totalmente de acuerdo	17	6
Total	287	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 37 El Hotel cuenta con instalaciones modernas y atractivas



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 38 y figura 37 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, el Hotel Casa Andina cuenta con instalaciones modernas y atractivas, donde los resultados más relevantes fueron, con un 43% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 37% están de acuerdo y un 13% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 6% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 1% totalmente en desacuerdo.

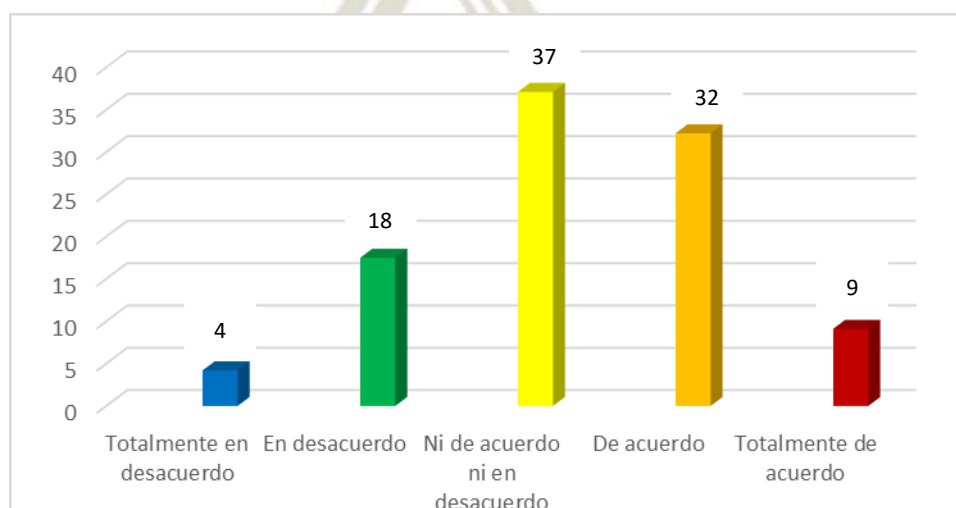
Frente a la pregunta anterior al gran porcentaje de huéspedes les es indiferente las instalaciones del hotel frente a lo modernas y atractivas que estas puedan ser, seguido de un porcentaje menor quien indican que están de acuerdo con las instalaciones, lo cual es positivo para la empresa, pues lo huéspedes se sientes satisfechos, sin embargo los directivos deben lograr que la mayoría de huéspedes estén satisfechos, hay que tener en cuenta que este es un tema subjetivo, pues los estándares de calidad los pone cada cliente, dependiendo de sus experiencias, de todas formas la organización debe preocupar por tener mejores instalaciones.

Tabla 39 Mi habitación cuenta con todos los servicios

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	12	4
En desacuerdo	50	18
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	106	37
De acuerdo	92	32
Totalmente de acuerdo	26	9
Total	287	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 38 Mi habitación cuenta con todos los servicios



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 39 y figura 38 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, mi habitación cuenta con todos los servicios necesarios para sentirme cómodo durante mi estadía, donde los resultados más relevantes fueron, con un 37% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 32% están de acuerdo y un 18% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 9% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 4% totalmente en desacuerdo.

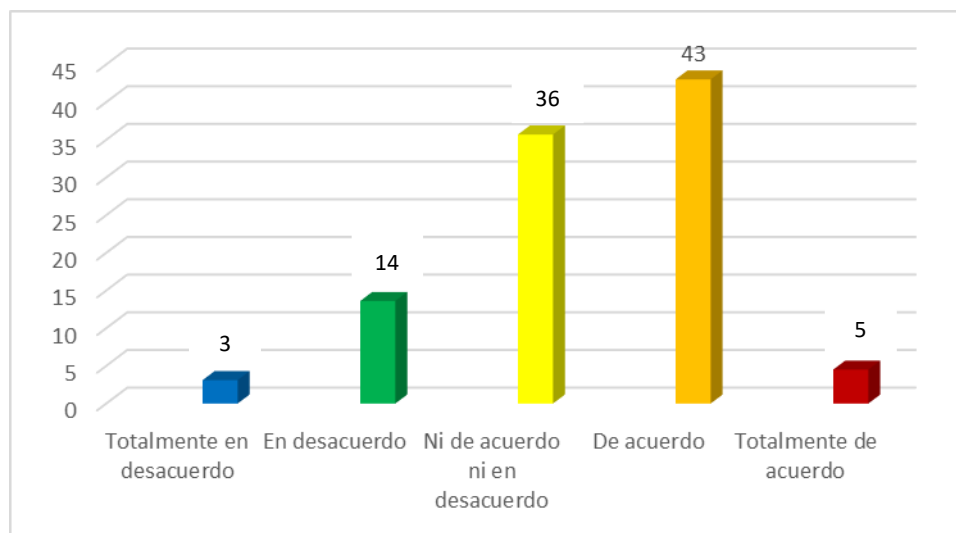
Frente a la pregunta anterior podemos afirmar que la mayoría de huéspedes se sienten cómodos en las habitaciones y afirma que cuentan con todos los servicios que necesitan, lo cual es positivo para la empresa, sin embargo, a otro porcentaje importante le es indiferente, se puede deducir que los servicios que le ofrecen no son extraordinarios para los huéspedes, finalmente existe otro porcentaje en menor cantidad que no se siente cómodo con los servicios, pueda ser que existan falencias o que simplemente el huésped está acostumbrado a tener mayores estándares de calidad y los servicios brindados no cubran sus expectativas.

Tabla 40 Los empleados del hotel tienen una apariencia limpia

RESPUESTA	Nº	%
Totalmente en desacuerdo	9	3
En desacuerdo	39	14
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	102	36
De acuerdo	123	43
Totalmente de acuerdo	13	5
Total	287	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 39 Los empleados del hotel tienen una apariencia limpia



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 40 y figura 39 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, los empleados del hotel tienen una apariencia limpia y agradable, donde los resultados más relevantes fueron, con un 43% de acuerdo, mientras que un 36% están de ni de acuerdo ni en de acuerdo y un 16% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 5% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 3% totalmente en desacuerdo.

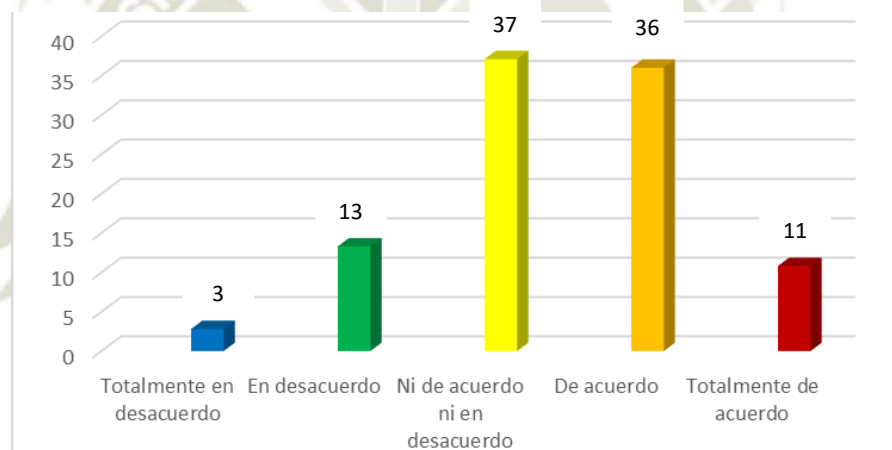
Frente a la pregunta planteada anteriormente los resultados no son muy alentadores, pues a la mayoría le es indiferente o está en desacuerdo en afirmar que los empleados tienen una apariencia limpia y agradable, en este sentido el establecimiento hotelero debe mejorar este aspecto, quizá con capacitaciones, dando a conocer la importancia de la presentación y la amabilidad con la que deben tratar a los huéspedes, de tal forma que brinden un servicio de calidad.

Tabla 41 El Hotel cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesito para disfrutar de vacaciones

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	8	3
En desacuerdo	38	13
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	106	37
De acuerdo	103	36
Totalmente de acuerdo	31	11
Total	287	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 40 El Hotel cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesito para disfrutar de vacaciones



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 41 y figura 40 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, el hotel cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesito para disfrutar de mis vacaciones, donde los resultados más relevantes fueron, con un 37% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 36% están de acuerdo y un 13% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 11% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 3% totalmente en desacuerdo.

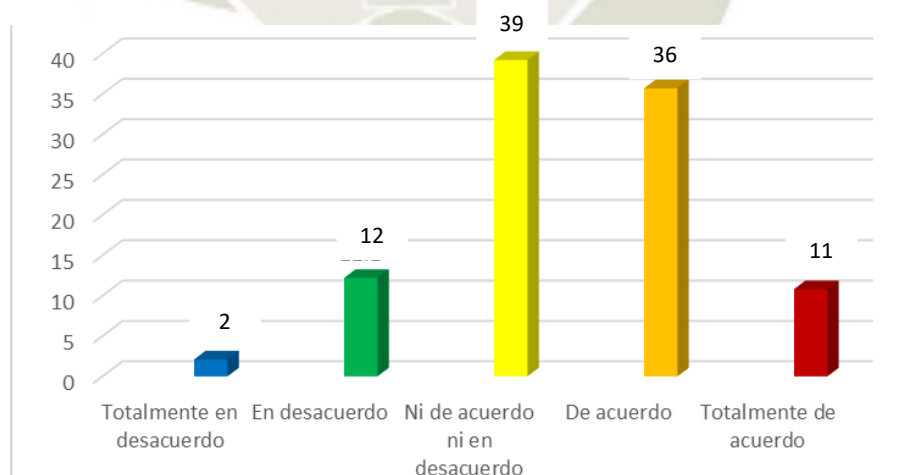
Los huéspedes afirman que pueden disfrutar de sus vacaciones de manera cómoda, lo cual es positivo pues siente que en conjunto se brinda un servicio de calidad, sin embargo, aún existe una parte de huéspedes insatisfecha, sobre la cual la organización hotelera debe mejorar, de todas formas, no se descarta que solo sea percepción del huésped en cuanto los estándares de calidad a los cuales está acostumbrado.

Tabla 42 El servicio de alimentos y restaurantes con que cuenta el hotel ofrece comida de calidad

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	6	2
En desacuerdo	35	12
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	112	39
De acuerdo	102	36
Totalmente de acuerdo	31	11
Total	287	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 41 El servicio de alimentos y restaurantes con que cuenta el hotel ofrece comida de calidad



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 42 y figura 41 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, el servicio de alimentos y restaurantes con que cuenta el hotel ofrece comida de calidad, con

menús amplios y de excelente cocina, donde los resultados más relevantes fueron, con un 40%, ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 36% están de acuerdo y un 12% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 11% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 2% totalmente en desacuerdo.

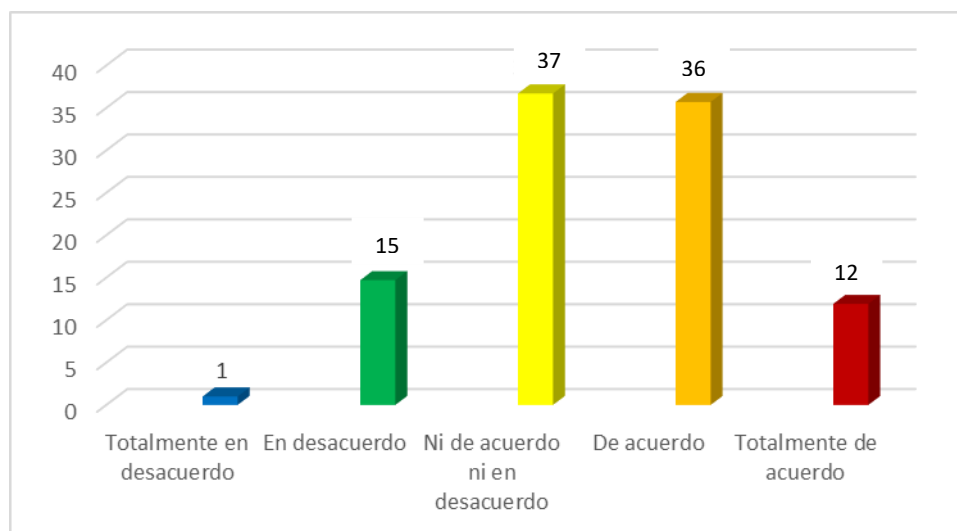
La pregunta anterior afirma que el departamento de restauración del establecimiento brinda un buen servicio de manera general, pues el porcentaje de clientes insatisfechos no es muy alto, sin embargo, esto debe ser complementado con el servicio que se brinda, los huéspedes afirman que la comida es de calidad y que tienen variedad en el menú, pero es de suma importancia acompañarlo de una buena atención por parte del personal de servicio del área, se pretende llegar a un complemento entre ambas aspecto calidad en la comida y calidad en el servicio.

Tabla 43 Si alguien en el hotel se comprende a hacer algo por mí, lo hará

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	3	1
En desacuerdo	42	15
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	105	37
De acuerdo	102	36
Totalmente de acuerdo	34	12
Total	287	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 42 Si alguien en el hotel se compromete a hacer algo por mí, lo hará



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 43 y figura 42 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre, sí alguien en el hotel se compromete a hacer algo por mí, lo hará, donde los resultados más relevantes fueron, con un 37% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 37% están de acuerdo y un 15% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 12% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 1% totalmente en desacuerdo.

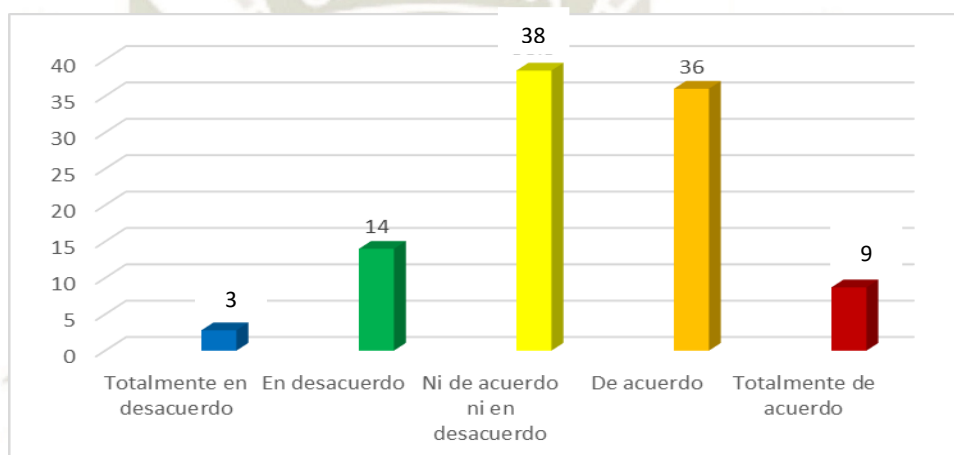
Frente a la pregunta anterior los resultados son positivos, con las respuestas se demuestra el compromiso de los colaboradores con su trabajo, pues en lo posible pretenden cumplir lo que le prometen al huésped, esto refleja satisfacción en los clientes, ya que se sienten atendidos en todo momento y frente a cualquier solicitud que deseen hacer estará el personal a su total disposición viendo la forma de ayudarlo, definitivamente este punto mejorará la calidad del servicio que dependa del capital humano.

Tabla 44 Los servicios del hotel son presentados correctamente

RESPUESTA	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	8	3
En desacuerdo	40	14
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	110	39
De acuerdo	103	36
Totalmente de acuerdo	25	9
Total	287	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 43 Los servicios del hotel son presentados correctamente



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 44 y figura 43 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, los distintos servicios que me presenta el hotel son presentados correctamente desde la primera vez, donde los resultados más relevantes fueron, con un 39% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 36% están de acuerdo y un 14% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 9% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 3% totalmente en desacuerdo.

Gran porcentaje de los huéspedes percibió la calidad de los servicios desde la primera vez que hace uso del establecimiento, lo cual es positivo, pues el personal del área sabe que la

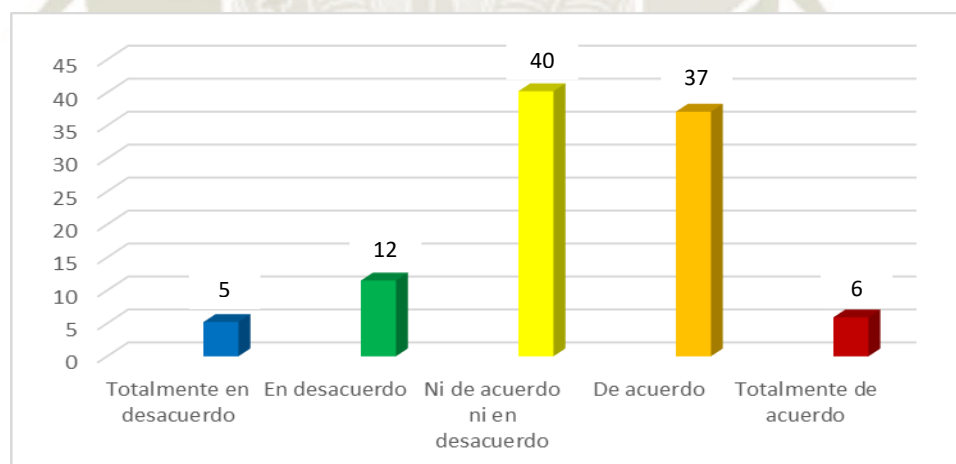
primera impresión es importante, recordemos que en la hotelera se recibe una cadena de servicios en la cual todos tiene que mantener el mismo estándar de calidad, desde el área de recepción hasta el área de limpieza y hasta los servicios complementarios que se puedan ofrecer. Sin embargo, existe un porcentaje menor que está en desacuerdo, quizá porque tuvieron una mala experiencia o el hotel no cumplía con sus estándares de calidad.

Tabla 45 Cuando necesito ayuda o algo en particular, siento toda la confianza

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	15	5
En desacuerdo	33	12
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	115	40
De acuerdo	106	37
Totalmente de acuerdo	17	6
Total	287	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 44 Cuando necesito ayuda o algo en particular, siento toda la confianza



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 45 y figura 44 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, cuando necesito ayuda o algo en particular, siento toda la confianza de acudir al personal del hotel para que se haga cargo de mi asunto, donde los resultados más relevantes fueron, con un

40% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 37% están de acuerdo y un 12% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 6% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 5% totalmente en desacuerdo.

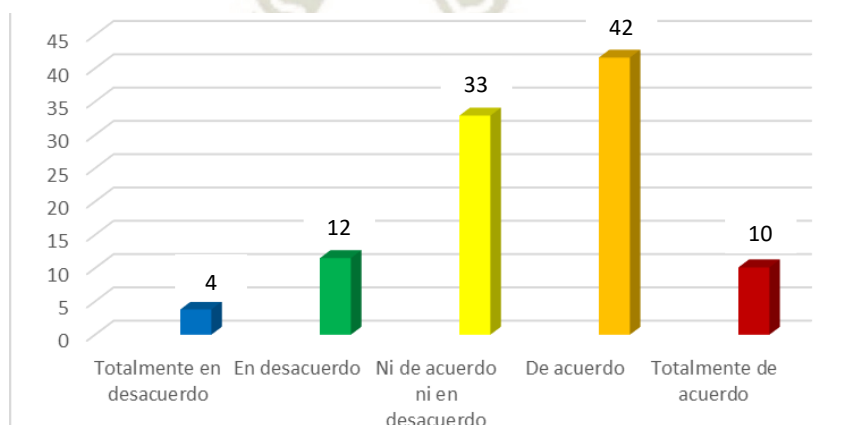
Frente a esta pregunta poco menos de la mitad de encuestados manifiesta sentirse confiado cuando acude al personal, porque está seguro que lo van a atender su solicitud, lo cual es positivo; pues el personal no se limita a sus funciones si no va más allá y ve la forma de ayudar a los huéspedes. Sin embargo, existe un porcentaje menor que manifiesta lo contrario, puede ser porque sus solicitudes escapaban de las manos del personal y dependen de factores externos.

Tabla 46 En todo momento, a todas horas del día y en todos los lugares del hotel recibo un servicio de calidad

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	11	4
En desacuerdo	33	12
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	94	33
De acuerdo	119	42
Totalmente de acuerdo	29	10
Total	287	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 45 En todo momento, a todas horas del día y en todos los lugares del hotel recibo un servicio de calidad



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 46 y figura 45 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, en todo momento, a todas horas del día y en todos los lugares del hotel recibo un servicio de calidad, donde los resultados más relevantes fueron, con un 42% de acuerdo, mientras que un 33% están ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 12% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 10% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 4% totalmente en desacuerdo.

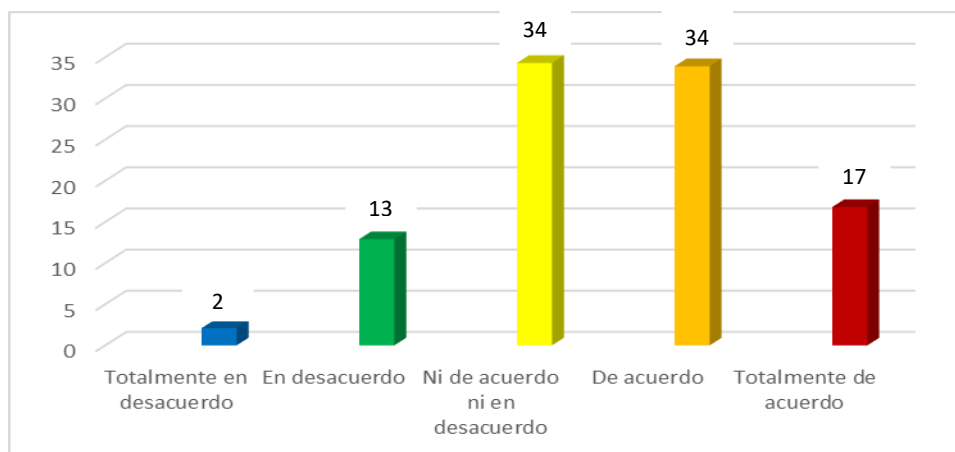
Esta pregunta confirma lo anterior, el personal tiene disponibilidad de trabajar y ayudar al personal en todo momento, indica que solo cumplen su trabajo, sin embargo, demuestran predisposición y vocación de servicio, este hecho beneficia de manera positiva a la empresa ya que puede fidelizar a los clientes ofreciéndole una buena calidad de servicio, lo cual, a mediano y largo plazo, el hotel tendrá mayor productividad.

Tabla 47 El personal del hotel siempre dispuesto a atender y ayudarme

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	6	2
En desacuerdo	37	13
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	98	34
De acuerdo	97	34
Totalmente de acuerdo	48	17
Total	287	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 46 El personal del hotel siempre dispuesto a atender y ayudarme



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 47 y figura 46 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, el personal del Hotel siempre está dispuesto a atenderme y ayudarme, donde los resultados más relevantes fueron, con un 34% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 34% están de acuerdo y un 17% respondieron que están en totalmente de acuerdo, por otro lado, un 13% de encuestados se muestran en desacuerdo, y solo un 2% totalmente en desacuerdo.

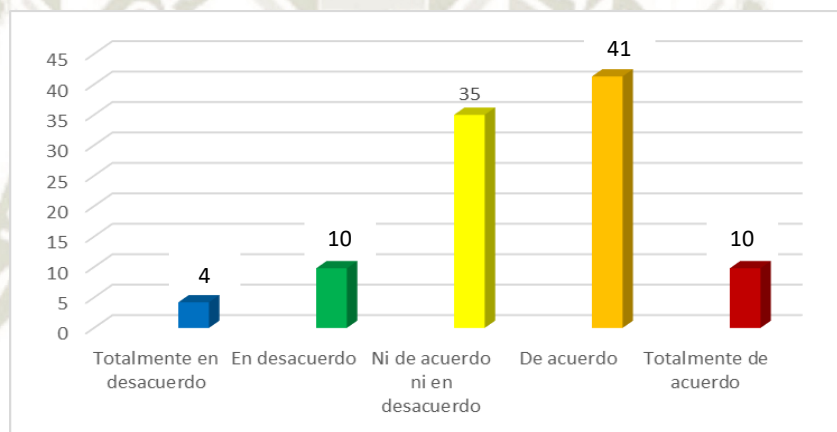
Es importante la predisposición del personal al prestar su servicio a los huéspedes, podemos apreciar que esto no se cumple a cabalidad sin embargo existe el esfuerzo de querer realizarlo a pesar de las limitaciones en consecuencia esto se percibe como algo ocasional por la mayoría de los huéspedes, sin embargo un porcentaje importante califica de haber buena predisposición para atenderlos siendo esto la mayoría, esta percepción positiva debería incrementarse, capacitando y monitoreando para que la predisposición de servicio este siempre presente como política practica en la empresa.

Tabla 48 Si se me presenta algún problema o necesito ayuda, el personal del hotel me ayudara a resolverlo inmediatamente.

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	12	4
En desacuerdo	28	10
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	100	35
De acuerdo	118	41
Totalmente de acuerdo	28	10
Total	287	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 47 Si se me presenta algún problema o necesito ayuda, el personal del hotel me ayudara a resolverlo inmediatamente



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 48 y figura 47 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, Si se me presenta algún problema o necesito ayuda, el personal del hotel me ayudara a resolverlo inmediatamente, donde los resultados más relevantes fueron, con un 41% de acuerdo, mientras que un 35% están de acuerdo y un 10% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 10% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 4 % totalmente en desacuerdo.

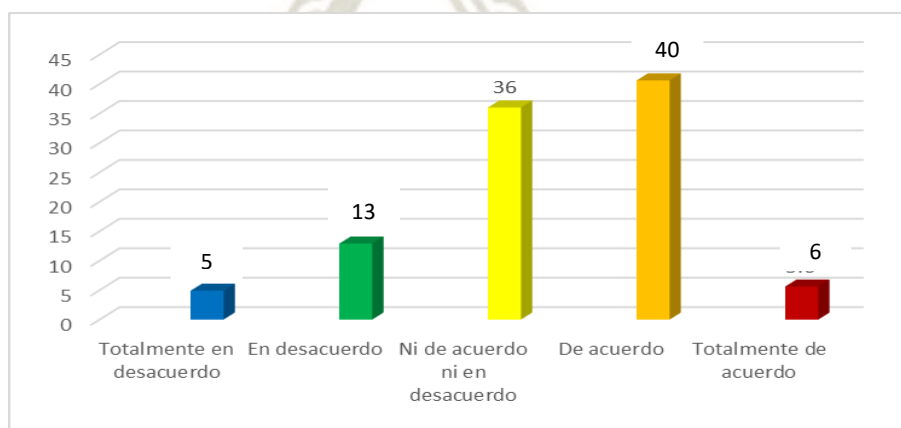
Cuando ocurre la necesidad de solucionar un problema o ayudar al huésped, el personal en su mayoría responde positivamente a esta demanda, ello refleja la conciencia de parte de ellos hacia los clientes y su importancia dentro del ciclo de servicio y de la empresa, sin embargo esta opinión no fue unánime habiendo un porcentaje menor pero considerable que no opina favorablemente sobre la necesidad de resolución de problemas, esto evidencia la necesidad de seguir mejorando como empresa y de poder estandarizar las acciones correctivas que el personal debería de tomar frente a cualquier situación problemática para los huéspedes.

Tabla 49 Si solicito algo al personal del hotel, me informaran exactamente cuando me lo proporcionarán, y cumplirán con ello

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	14	5
En desacuerdo	37	13
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	103	36
De acuerdo	116	41
Totalmente de acuerdo	16	6
Total	287	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 48 Si solicito algo al personal del hotel, me informaran exactamente cuando me lo proporcionarán, y cumplirán con ello.



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 49 y figura 48 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, Si solicito algo al personal del hotel, me informaran exactamente cuando me lo proporcionararan, y cumplirán con ello, donde los resultados más relevantes fueron, con un 41% de acuerdo, mientras que un 36% están en ni de acuerdo ni desacuerdo y un 13% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 6% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 5 % totalmente en desacuerdo.

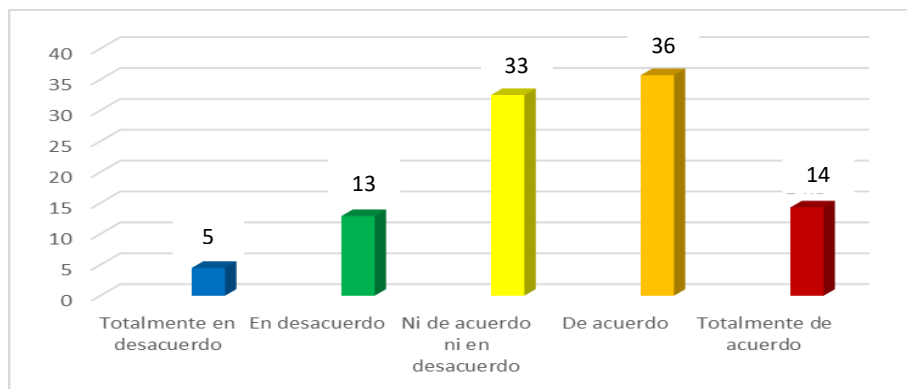
Es de valorar la buena predisposición de parte de la mayoría del personal para satisfacer las necesidades de los huéspedes, sin embargo todavía queda pendiente mejorar la percepción neutral que tienen los huéspedes del personal de servicio frente a esta interrogante, eso quiere decir que ocasionalmente no se satisface las necesidades de los huéspedes, ello probablemente debido a un falta de estandarización o motivación de parte del personal a querer solucionar cualquier inconveniente que ocurra con los huéspedes.

Tabla 50 Si se requiere de algo especial que generalmente no se encuentra en el hotel, sé que me ayudaran a conseguirlo

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	13	5
En desacuerdo	37	13
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	93	33
De acuerdo	102	36
Totalmente de acuerdo	41	14
Total	287	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 49 Si se requiere de algo especial que generalmente no se encuentra en el hotel, sé que me ayudaran a conseguirlo



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 50 y figura 49 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, se requiere de algo especial que generalmente no se encuentra en el hotel, sé que me ayudaran a conseguirlo, donde los resultados más relevantes fueron, con un 36% de acuerdo, mientras que un 33% están de acuerdo y un 14% respondieron que están totalmente de acuerdo, por otro lado, un 13% de encuestados se muestran desacuerdo, y solo un 5% totalmente en desacuerdo.

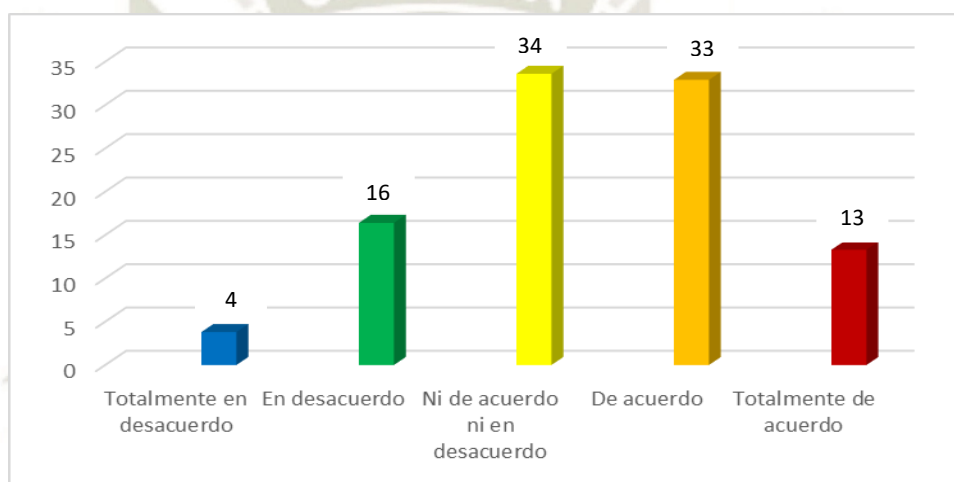
Las necesidades específicas de algunos clientes obligan al personal a hacer hasta lo imposible para tratar de solucionar la situación, aunque solicitar algo fuera del servicio regular es poco frecuente, sin embargo esto debe ser abordado con toda seriedad y compromiso en las posibilidades del personal a cargo, es muy positivo que este compromiso de parte del personal también se valore por los huéspedes al tener más percepciones positivas que negativas sin embargo al igual que otras interrogantes aún existe el descuido ocasional que debe de ser corregido.

Tabla 51 Me siento seguro de dejar mis pertenencias en mi habitación

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	11	4
En desacuerdo	47	16
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	96	34
De acuerdo	94	33
Totalmente de acuerdo	38	13
Total	287	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 50 Me siento seguro de dejar mis pertenencias en mi habitación



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 52 y figura 51 anterior se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, Me siento seguro de dejar mis pertenencias en mi habitación, donde los resultados más relevantes fueron, con un 33% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 33% están de acuerdo y un 16 % respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 13% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 4% totalmente en desacuerdo.

La seguridad de los establecimientos hoteleros es de suma importancia para determinar la confiabilidad de los huéspedes hacia el servicio prestado por el hotel, es mas no debería generar ni sospecha de inseguridad, pues la confianza no se da por partes si no en su totalidad es por ello que urge cambiar o mejorar las medidas de seguridad pues la seguridad debería

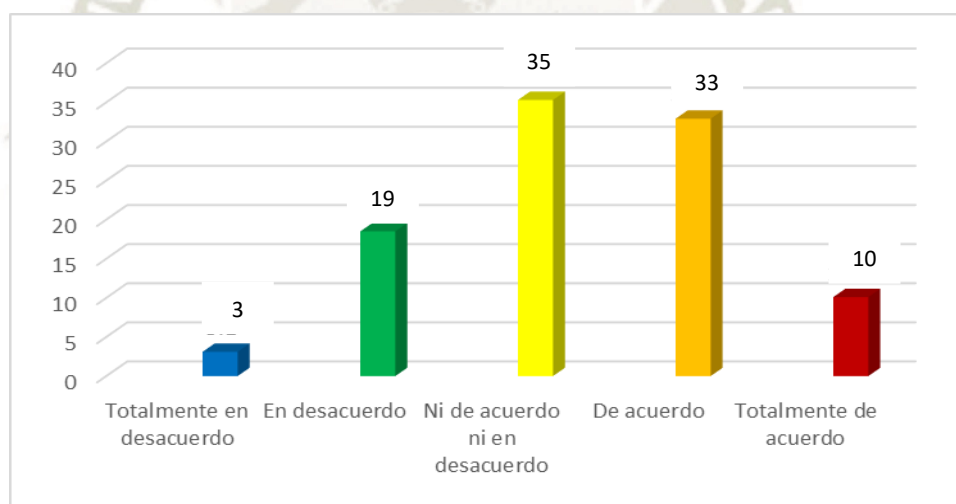
percibirse totalmente y no parcialmente como ocurre en este caso, ello juego en contra a todo el esfuerzo realizado en otras partes del servicio realizado

Tabla 52 Confió en la integridad de las personas que trabajan en el hotel

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	9	3
En desacuerdo	53	19
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	101	35
De acuerdo	94	33
Totalmente de acuerdo	29	10
Total	287	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 51 Confió en la integridad de las personas que trabajan en el hotel



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

En la tabla 52 y figura 51 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si, Confió en la integridad de las personas que trabajan en el hotel. donde los resultados más relevantes fueron, con un 35% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 33% están de acuerdo y un 19% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 10% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 3% totalmente en desacuerdo.

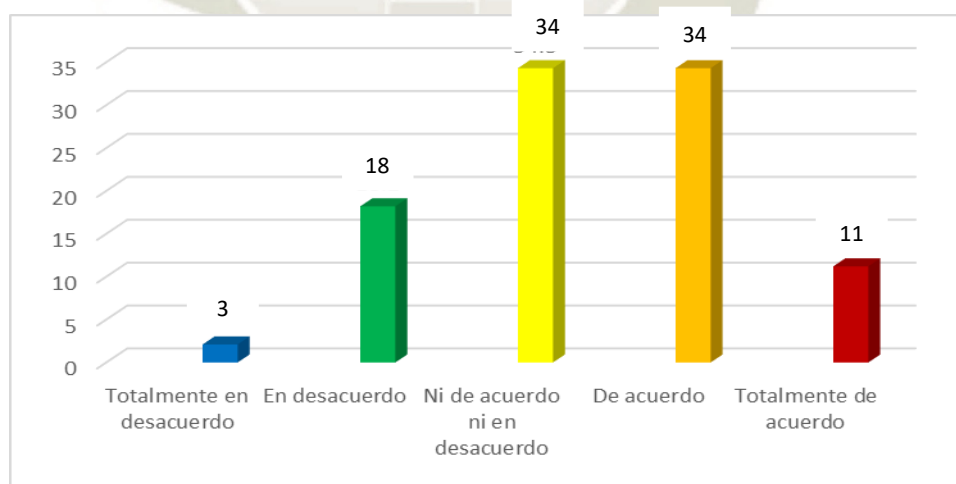
Nuevamente la confiabilidad no se percibe por completo al referirse al personal en una proporción similar esto deja una meta de mejora continua en la empresa específicamente direccionado a la profesionalización del personal en todo sentido, y seleccionarlo mejor al momento de contratación, estos deberían tener las capacidades necesarias para el puesto y que reflejen las cualidades y valores que la empresa desee transmitir a sus huéspedes para crear una imagen de confianza.

Tabla 53 Confío en que nunca entrara al hotel alguien que no esté autorizado para hacerlo

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	6	2
En desacuerdo	52	18
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	98	34
De acuerdo	98	34
Totalmente de acuerdo	32	11
Total	287	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 52 Confío en que nunca entrara al hotel alguien que no esté autorizado para hacerlo



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 53 y figura 52 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si confío en que nunca entrará al hotel alguien que no esté autorizado para hacerlo donde los resultados

más relevantes fueron, con un 34% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 34% están de acuerdo y un 18% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 11% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 2% totalmente en desacuerdo.

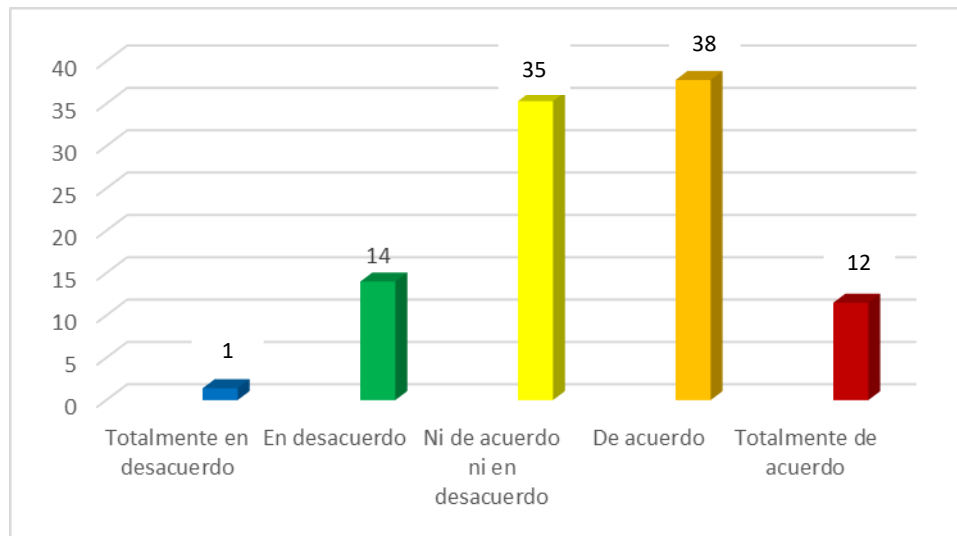
Frente a la pregunta anterior podemos notar que gran parte de encuestados es indiferente, se puede decir que consideran que pese a la seguridad que tiene el establecimiento hotelero es posible que ingresen personas que sean ajenas al hotel o no estén autorizados; otro número importante si se siente confiado en que todo personal que ingrese este autorizado y siga los procedimientos correspondientes. Por otro lado, existe un porcentaje menor que no está con fiado, quizá por alguna mala experiencia o simple percepción sobre la seguridad del establecimiento.

Tabla 54 Me siento tranquilo y seguro dentro del hotel.

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	4	1
En desacuerdo	40	14
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	101	35
De acuerdo	108	38
Totalmente de acuerdo	33	12
Total	287	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 53 Me siento tranquilo y seguro dentro del hotel



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 54 y figura 53 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si me siento tranquilo y seguro dentro del hotel, donde los resultados más relevantes fueron, con un 38% están de acuerdo, mientras que un 35% ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 14% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 12% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 1% totalmente en desacuerdo.

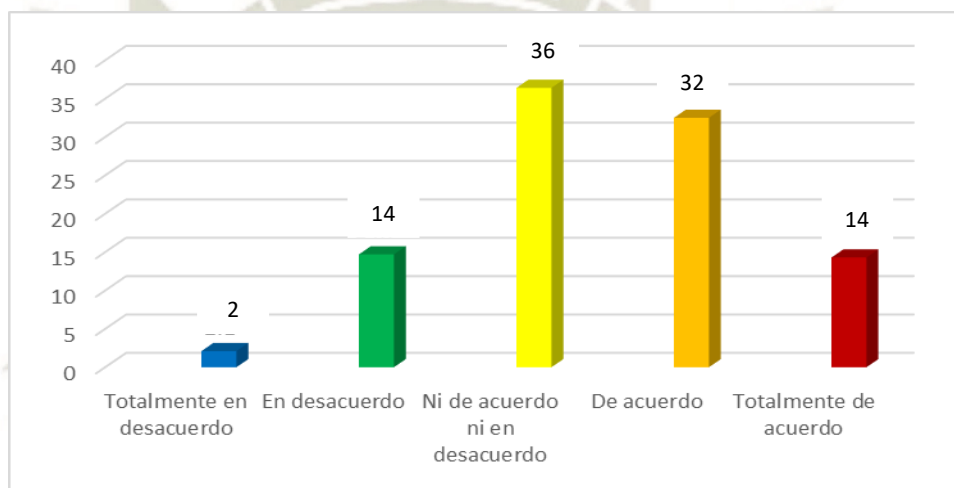
La mitad de los trabajadores manifiesta estar tranquilo y seguro dentro del hotel, lo cual es conveniente pues el huésped necesita confiar en el equipo que le está brindando el servicio, esto se debe potenciar con un trato siempre amable por parte del personal, el huésped está confiando mucho al establecimiento hotelero, ya que al registrarse brinda información confidencial y personal.

Tabla 55 El personal del hotel siempre está atento a mis deseos y necesidades

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	6	2
En desacuerdo	42	15
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	104	36
De acuerdo	93	33
Totalmente de acuerdo	41	14
Total	287	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 54 El personal del hotel siempre está atento a mis deseos y necesidades



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 55 y figura 54 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si el personal del hotel siempre está atento a mis deseos y necesidades, donde los resultados más relevantes fueron, con un 36% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 33% están de acuerdo y un 15% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 14% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 2% totalmente en desacuerdo.

Frente a la pregunta anterior podemos observar que la mayoría de encuestados manifiesta que el personal de hotel está atento a sus necesidades y solicitudes lo cual es muy alentador,

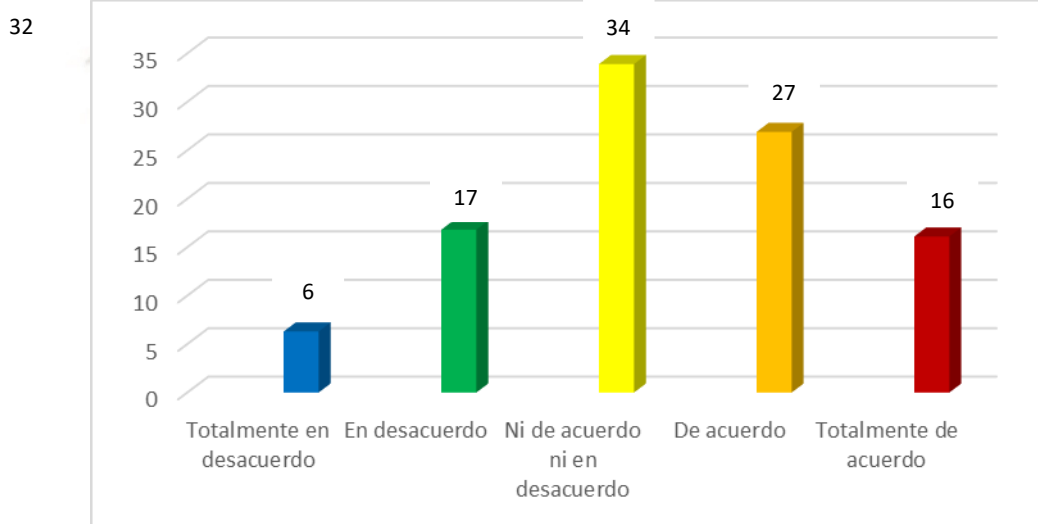
esto muestra la predisposición del personal para con los clientes y su interés por brindarles calidad de servicio. Por otro lado, tenemos un porcentaje menor que manifiesta lo contrario en tal sentido, quizá por sus experiencias anteriores donde la predisposición del personal fue mayor, en tal sentido la empresa debe buscar la mejora continua en este aspecto.

Tabla 56 El personal del hotel siempre está con una sonrisa en el rostro

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	18	6
En desacuerdo	48	17
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	97	34
De acuerdo	77	27
Totalmente de acuerdo	46	16
Total	287	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 55 El personal del hotel siempre está con una sonrisa en el rostro



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 56 y figura 55 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si el personal del hotel siempre está con una sonrisa en el rostro; se muestra interesado por servir a los huéspedes, donde los resultados más relevantes fueron, con un 34% ni de acuerdo ni

en desacuerdo, mientras que un 27% están de acuerdo y un 17% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 16% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 6% totalmente en desacuerdo.

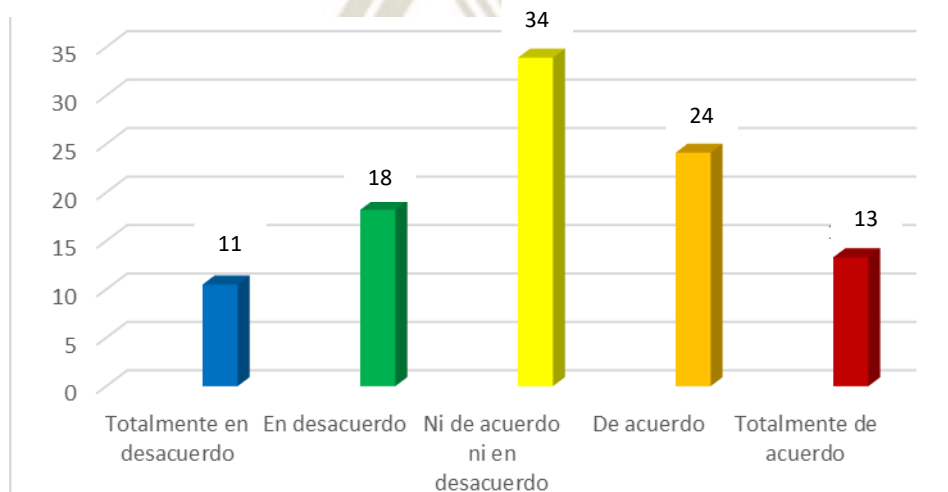
Los resultados en general no son muy alentadores, pues la mayoría de huéspedes debería afirmar que el personal que labora es sonriente y atento, sin embargo, solo lo manifiesta la mitad, esto es un aspecto importante que se debe mejorar ya que lo que venden los establecimientos hoteleros es en gran parte es el servicio, para esto deben revisar el perfil profesional que necesiten para las distintas áreas, no solo basta un buen dominio de idiomas o amplia experiencia en documentación, en este rubro es importante también la amabilidad y buen trato por parte del personal.

Tabla 57 En el hotel me prestan una atención personalizada.

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	30	11
En desacuerdo	52	18
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	97	34
De acuerdo	69	24
Totalmente de acuerdo	38	13
Total	287	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 56 En el hotel me prestan una atención personalizada.



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 57 y figura 56 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si en el hotel me prestan una atención personalizada, donde los resultados más relevantes fueron, con un 40% ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 24% están de acuerdo y un 18% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 13% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 11% totalmente en desacuerdo.

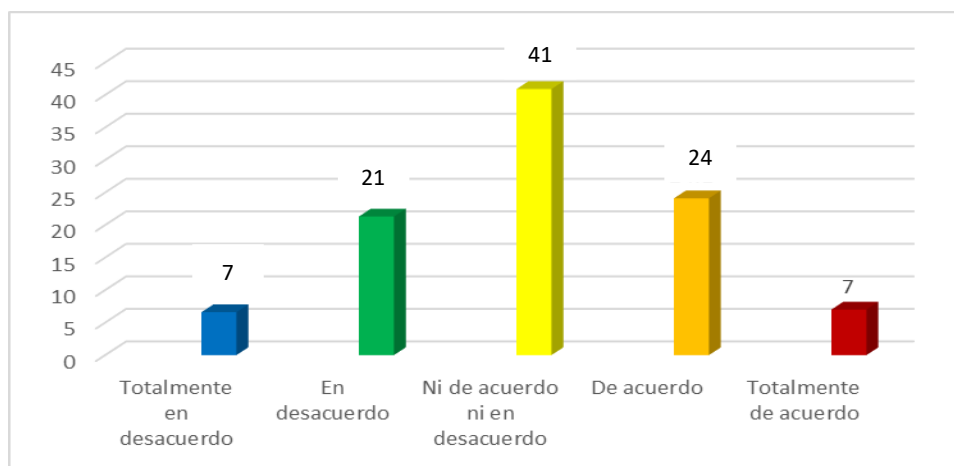
Frente a esta pregunta podemos notar que los resultados no son muy alentadores pues la totalidad de los huéspedes deberían afirmar que la atención que recibe es personalizada, lo cual es complicado de poder cumplir por la cantidad de huéspedes y el total de trabajadores, sin embargo, cuando el huésped requiera alguien debe haber una persona que lo haga sentir que está presente y atenderlo lo antes posible, de esta forma se sentirá especial y atendido recibiendo calidad de servicio en su estadía.

Tabla 58 El ambiente que hay en el hotel me hace sentir cómodo(a), como en casa.

RESPUESTA	N°	%
Totalmente en desacuerdo	19	7
En desacuerdo	61	21
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	117	41
De acuerdo	69	24
Totalmente de acuerdo	20	7
Total	287	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 57 El ambiente que hay en el hotel me hace sentir cómodo(a), como en casa.



Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Interpretación:

En la tabla 58 y figura 57 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si el ambiente que hay en el hotel me hace sentir cómodo(a), como en casa, donde los resultados más relevantes fueron, con un 41 % ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 24% están de acuerdo y un 21% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 7% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 6% totalmente en desacuerdo.

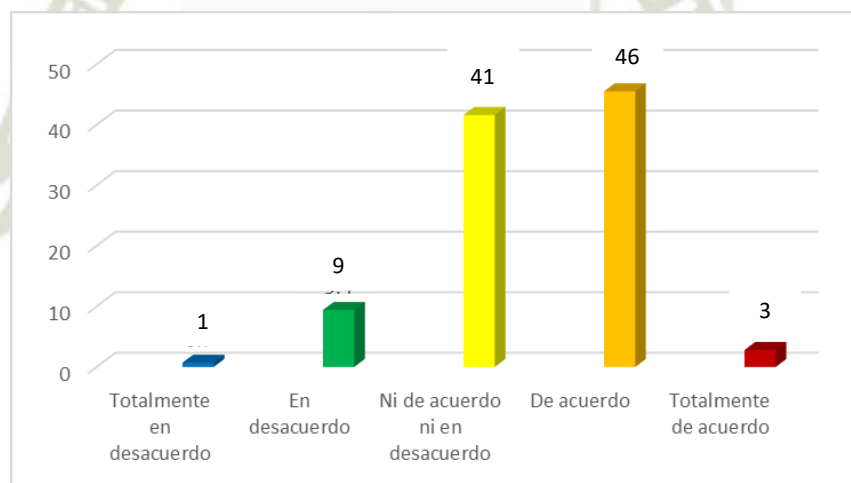
Frente a la pregunta anterior podemos notar mayor indiferencia por parte de los encuestados, lo que indica que los establecimientos no logran sobresalir en el ambiente que manejan, quizá los trabajadores deban ser más amables y sonreír, además de la mejor de los ambientes físicos y la limpieza, es importante resaltar que los perfiles de los clientes son variados. Otro porcentaje importante manifiesta estar de cómodo con el ambiente lo cual es positivo, lo cual es positivo; existe un porcentaje menor que manifiesta no sentirse cómodo, para estos huéspedes quizá la percepción de calidad de servicios en mucho mayor a la que recibieron en el establecimiento.

Tabla 59 En las áreas comunes (restaurante, bar, recepción, azotea) hay un ambiente divertido y agradable

RESPUESTA	Nº	%
Totalmente en desacuerdo	2	7
En desacuerdo	27	9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	119	42
De acuerdo	130	46
Totalmente de acuerdo	8	3
Total	287	100

Fuente: Elaboración propia. Encuesta 2019.

Figura 58 En las áreas comunes (restaurante, bar, recepción, azotea) hay un ambiente divertido y agradable



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

En la tabla 59 y figura 58 se puede observar que ante la pregunta planteada sobre si en las áreas comunes (restaurante, bar, recepción, azotea) hay un ambiente divertido y agradable donde los resultados más relevantes fueron, con un 46% están de acuerdo, mientras que un 42% ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 10% respondieron que están en desacuerdo, por otro lado, un 2.8% de encuestados se muestran totalmente de acuerdo, y solo un 1% totalmente en desacuerdo.

Las áreas complementarias al alojamiento juegan un rol importantísimo para complementar la estadía del cualquier huésped, tales áreas como el restaurante, bar, recepción y azotea son zonas comunes muy visitadas que siempre generan expectativas en los hoteles, es por ello que se evidencia el esfuerzo que hace a empresa por tratar de estar a la altura de lo que espera el cliente sin embargo aún sigue cayendo en errores de diseño o servicio que haga que lo califiquen como algo regular y no bueno, es tarea del hotel mejorar esa situación hasta llegar a lo requerido por los huéspedes para colmar sus expectativas

Tabla 60 Media de la primera variable

N°	Ítems	Media
1	Nuestros directivos contribuyen a crear condiciones adecuadas para el progreso de mi empresa.	3.18
2	Mi jefe inmediato superior se preocupa por crear un ambiente laboral agradable.	3.15
3	Los esfuerzos de los directivos se encaminan al logro de los objetivos de la empresa.	3.47
4	Mi jefe inmediato superior se reúne regularmente con los jefes de área para coordinar aspectos de trabajo	3.43
5	Se me permite ser creativo e innovador en las soluciones.	3.38
6	Existe sana competencia entre mis compañeros.	3.47
7	La innovación es característica de nuestra organización.	3.37
8	Mi institución es flexible y se adapta bien a los cambios.	3.33
9	Recibo buen trato en mi trabajo.	3.5
10	En mi trabajo reconocen habitualmente la buena labor realizada.	3.68
11	Los beneficios que me ofrecen en mi trabajo son los adecuados.	3.32
12	Existe un ambiente organizado en mi trabajo.	3.43
13	En términos generales, me siento satisfecho con mi ambiente de trabajo.	3.47
14	Considero que la distribución física de mi área me permite trabajar cómodamente.	3.3
15	Los trámites que se utilizan en mi establecimiento son simples y facilitan la atención.	3.2
16	Existen formas o métodos para evaluar la calidad de atención en mi trabajo.	3.37
17	Hay supervisión constantemente al personal.	3.47
18	Las normas y reglas de mi institución son claras y facilitan mi trabajo.	3.48

19	Las decisiones se toman en el nivel que debe tomarse.	3.28
20	Mis compañeros de trabajo toman iniciativas para la solución de problemas.	3.02
21	Mi jefe inmediato superior trata de obtener información antes de tomar una decisión.	2.93
22	Existe una buena comunicación entre mis compañeros de Trabajo.	3.32
23	Mi jefe inmediato superior me comunica si estoy realizando bien o mal mi trabajo.	3.35
24	La información de interés para todos llega de manera oportuna a mi persona.	3.27
25	Presto atención a los comunicados que emiten mis superiores.	3
26	Me interesa el desarrollo de mi empresa.	3.1
27	Mi trabajo contribuye directamente al alcance de los objetivos de mi empresa.	3.22
28	Me siento a gusto de formar parte de la empresa.	3.4
29	Las tareas que desempeño corresponden a mi función.	3.02
30	Considero que el trabajo que realizan los directivos para manejar conflictos es bueno.	3.12
31	Las reuniones de coordinación con los miembros de otras áreas son frecuentes.	3.38
32	Las otras áreas o servicios me ayudan cuando los necesito.	3.17
33	Puedo contar con mis compañeros de trabajo cuando los necesito.	3.25
34	Mantengo buenas relaciones con los miembros de mi grupo de trabajo.	3.05
35	Mi contribución juega un papel importante en el éxito de la empresa.	3.2
36	La labor que desempeño es valorada por todos.	3.25
	TOTAL	3.27

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 61 Segunda variable

N°	Ítems	Media
1	EL Hotel Casa Andina cuenta con instalaciones modernas y atractivas	3.35
2	Mi habitación cuenta con todos los servicios necesarios para sentirme cómodo durante mi estadía	3.24
3	Los empleados del hotel tienen una apariencia limpia y agradable.	3.32
4	El hotel cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesito para disfrutar de mis vacaciones.	3.39

5	EL servicio de alimentos y restaurantes con que cuenta el hotel ofrece comida de calidad, con menús amplios y de excelente cocina	3.41
6	Si alguien en el hotel se compromete a hacer algo por mí, lo hará.	3.43
7	Los distintos servicios que me presenta el hotel son presentados correctamente desde la primera vez.	3.34
8	Cuando necesito ayuda o algo en particular, siento toda la confianza de acudir al personal del hotel para que se haga cargo de mi asunto	3.27
9	En todo momento, a todas horas del día y en todos los lugares del hotel recibo un servicio de calidad.	3.43
10	EL personal del Hotel siempre está dispuesto a atenderme y ayudarme.	3.5
11	Si se me presenta algún problema o necesito ayuda, el personal del hotel me ayudara a resolverlo inmediatamente	3.43
12	Si solicito algo al personal del hotel, me informaran exactamente cuando me lo proporcionarán, y cumplirán con ello	3.29
13	Si se requiere de algo especial que generalmente no se encuentra en el hotel, sé que me ayudaran a conseguirlo	3.42
14	Me siento seguro de dejar mis pertenencias en mi habitación.	3.35
15	Confío en la integridad de las personas que trabajan en el hotel.	3.28
16	Confío en que nunca entrara al hotel alguien que no esté autorizado para hacerlo	3.34
17	Me siento tranquilo y seguro dentro del hotel.	3.44
18	El personal del hotel siempre está atento a mis deseos y necesidades	3.42
19	El personal del hotel siempre está con una sonrisa en el rostro; se muestra interesado por servir a los huéspedes	3.3
20	En el hotel me prestan una atención personalizada.	3.12
21	El ambiente que hay en el hotel me hace sentir cómodo(a), como en casa.	3.03
22	En las áreas comunes (restaurante, bar, recepción, azotea) hay un ambiente divertido y agradable	3.4
TOTAL		3.3

Fuente: Elaboración propia.

3.3. COEFICIENTE DE RELACIÓN

Tabla 62 Escala de correlación

Escala	Nivel de correlación
-1	Correlación negativa (Inversa)
0,00 – 0,19	Muy baja correlación
0,20 – 0,39	Baja correlación
0,40 – 0,59	Moderada correlación
0,60 – 0,79	Buena correlación
0,80 - 100	Muy buena correlación

La correlación entre dos variables se medirá con la variable “r” (ro), que se denominará coeficiente de correlación y que toma valores de -1 a 1 .

Tabla 63 Correlación entre clima organizacional y calidad de servicio

			CLIMA	CALIDAD
Rho de Spearman	CLIMA	Coeficiente de correlación	1,000	,598**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	60	60
	CALIDAD	Coeficiente de correlación	,598**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	60	286

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Con el resultado obtenido se utilizará la prueba de correlación de Rho de Spearman, en la tabla se muestra los resultados, obteniéndose un coeficiente de moderada correlación de 0.598 y un nivel de significancia de 0.000 menor a 0.05 por lo que existe una correlación positiva y significativa entre el puntaje total del clima organizacional y calidad de servicio, por lo que se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula

DISCUSIÓN

Los resultados de la presente investigación, fueron obtenidos a través de encuestas aplicadas a la unidad de estudio que son los trabajadores y huéspedes de los Hotel Casa Andina, quedando registro de todas las actividades por medio de los cuestionarios llenados. En el caso de las herramientas utilizadas, fueron sometidas al criterio de jueces expertos quienes observaron y recomendaron mejoras y optimizaciones para la obtención de resultados lo más certeros posibles. Las técnicas empleadas permitieron realizar el análisis de fiabilidad correspondiente, certificando la validez de los resultados que se consiguieron.

En el 2017, la señorita Insil Guevara (2017) elaboró una tesis similar a la presente investigación, cuyo objetivo de estudio fue encontrar la relación entre el Clima Laboral y la competencia de Orientación al Cliente en los hoteles Great Place to Work Lima 2016. Se utilizó como instrumento de evaluación dos cuestionarios, uno para medir la percepción de los trabajadores con respecto al clima organizacional y otro que es el modelo de cuestionario que utiliza el Great Place to Work para evaluar el clima laboral en las empresas. Los hoteles evaluados fueron aquellos que lograron tener la nominación de ser mejores lugar para trabajar 2016, como es el caso del Hotel J. W. Marriott, Hotel Hilton Miraflores, Hotel Atton y Hotel Ibis Larco Miraflores. Para ello se utilizó un diseño transversal de tipo correlacional, con enfoque cualitativo y cuantitativo, a fin de lograr definir la relación entre las variables; se puede observar una correlación de 0.566 donde demuestra una correlación moderada afirmando que, si se incrementa la relación en un mismo sentido, crece para ambas variables.

De los resultados manifestados por los trabajadores encuestados se puede determinar que los factores que toman en cuenta para determinar que en su centro laboral se encuentre un óptimo clima laboral son: comunicación interna, trabajo en equipo, oportunidad de crecimiento laboral, reconocimiento por un buen desempeño laboral, remuneraciones y seguridad.

Por otra parte, en la presente investigación se puede observar que existe una influencia positiva entre las variables: clima organizacional y calidad de servicio. Se utilizó una metodología descriptiva correlacional de diseño no experimental, la técnica que se utilizó fue la recolección de datos y la encuesta; el instrumento utilizado fue el cuestionario estructurado. La población estuvo conformada por 60 trabajadores que laboran en dicho lugar, se usó una muestra no probabilística y 287 huéspedes los cuales serán encuestados.

A diferencia del soporte estadístico utilizado por Insil, para esta investigación se recurrió a la prueba de correlación de Rho de Pearson en la tabla se muestra los resultados, obteniéndose un coeficiente de moderada correlación de 0.598 y un nivel de significancia de 0.000 menor a 0.05 por lo que existe una correlación positiva y significativa entre el puntaje total del clima organizacional y calidad de servicio en el Hotel Casa Andina.

De los resultados manifestados por los trabajadores encuestados se puede determinar que los factores que toman en cuenta para determinar que en su centro laboral se encuentre un óptimo clima laboral son: las normas claras de su institución, satisfacción en su ambiente de trabajo, reconocimiento habitual por un buen desempeño laboral, las reuniones entre los jefes de área para coordinaciones, factores aplicados en los cuestionarios.

Cabe mencionar que, durante el desarrollo de la investigación se encontraron ciertas dificultades, como el horario rotativo de los trabajadores, se tuvo que esperar a cada trabajador para aplicar la encuesta; igualmente hubo dificultad para ingresar al hotel, sin embargo; se presentó un documento al administrador para que otorgue el permiso. Comparando ambos estudios, de manera general se puede concluir en que ambos resultados fueron favorables, Insil en su investigación encontró una relación positiva entre el Clima Laboral y la competencia de Orientación al Cliente en los Hoteles Great Place to Work Lima 2016. Por otro lado, la investigación presente tuvo como resultado una correlación positiva

y significativa entre el puntaje total del clima organizacional y calidad de servicio en el Hotel Casa Andina.

De manera específica, con los resultados de ambas investigaciones, se puede concluir que al tener un buen manejo de las siguientes dimensiones: potencial humano, diseño organizacional y cultura de la organización se logra un buen clima organizacional; por otro lado, manejar de manera correcta las siguientes dimensiones elementos tangibles, fiabilidad o confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, se obtiene una óptima calidad de servicio dentro de la organización.

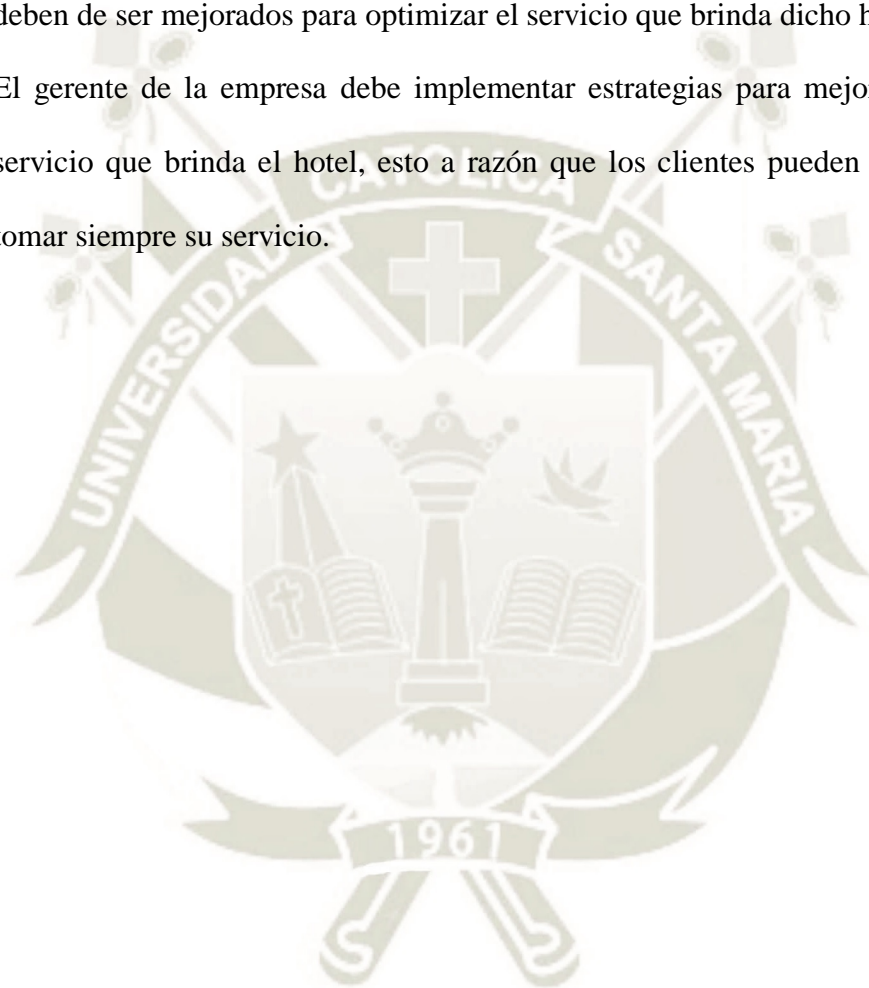
Estos resultados también se pueden evidenciar en los trabajos de Pumachara & Romero (2016) quienes realizaron un trabajo de investigación titulado “influencia del clima organizacional en la percepción de la calidad de los servicios ofrecidos por el hotel fundador, Arequipa – 2015”. Así mismo este resultado se puede observar en el trabajo de investigación: “Clima organizacional y calidad de servicio del hotel Laurent’s del distrito de los Olivos”, donde demuestran una relación directa y una correlación de 0.738 entre ambas variables.

CONCLUSIONES

- PRIMERA:** Los elementos del clima organizacional según los trabajadores del Hotel Casa Andina son el reconocimiento habitual de la labor que desempeñan, las normas y reglas de la institución, la satisfacción en su ambiente de trabajo, la sana competencia y el esfuerzo de los directivos para cumplir los objetivos de la empresa.
- SEGUNDA:** Las características sobre calidad de servicio percibidas por los clientes del Hotel Casa Andina son la seguridad y tranquilidad dentro del hotel, la disposición del personal para ayudarlos frente a algún problema que se les presente, el compromiso que tienen los trabajadores para cumplir con lo que el huésped solicita y el servicio de calidad.
- TERCERA:** El clima organizacional es un factor importante de la calidad de servicio en el Hotel Casa Andina. Dado que se tiende al establecimiento de un clima organizacional agradable que contribuye a la satisfacción del cliente durante su estadía en el Hotel casa Andina.

SUGERENCIAS

1. A los gerentes del Hotel Casa Andina, plantear estrategias para mejorar el clima organizacional del dicho hotel para que sus colaboradores puedan brindar una óptima calidad de servicio.
2. Los elementos tomados en cuenta por el hotel con respecto al clima organizacional deben de ser mejorados para optimizar el servicio que brinda dicho hotel
3. El gerente de la empresa debe implementar estrategias para mejorar la calidad de servicio que brinda el hotel, esto a razón que los clientes pueden recomendarlos o tomar siempre su servicio.



REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- Albercht, K. (1988). *Gerencia del servicio*. Colombia: Legis editores S.A.
- Aniorte , N. (2013). *Servicios de Calidad*.
- Anzola, M. O. (2003). *Una mirada de la cultura corporativa*. . Colombia : Universidad externado de Colombia.
- Berry, L. P. (1993). *Marketing en las empresas de servicios*. Bogotá: : Norma.
- Brunet, L. (1987). *El clima de trabajo en las organizaciones: Definición, Diagnóstico y Consecuencias*. México: Trillas.
- Campos, L. (2019). proyeccion de seguridad . *entrepreneur*.
- Chiavenato, I. (1992). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. México. D.F.: Mc Graw Hill.
- Daft, R. (2006). *la experiencia del liderazgo*. México: CENGAGE Learning.
- Davis, K. (1991). *Comportamiento Humano en el Trabajo*. . México.: Mc Graw Hill.
- Dessler, G. (1979). *Organización y Administración*. . Prentice-Hall.
- Diaz, A. G. (2019). *toma de decisiones*. centro cultural itaca.
- Educalingo. (2019). *confort*.
- Ferras, X. (2014). *definicion de innovacion*.
- Gálvez, P. (2011). *Cuestionario para evaluar la calidad de servicios deportivos: Estudio inicial de las propiedades psicométricas. Tesis Doctoral, Universidad de Málaga. [Links]*.
- García, M. (2011). Liderazgo transformacional y la facilitación de la aceptación al cambio organizacional. En *Pensamiento Psicológico* (págs. 41-54.).
- Gardey, A. (2013). *definicion de confort*.
- Gardey, J. P. (2018). *Definición de cooperación*.
- Glez, A. (2019). *departamento de tecnologia*.

- Gómez, C. (2002). *Liderazgo: conceptos, teorías y hallazgos relevantes*.
- Insil, G. A. (2017). *Clima laboral y orientación al cliente en trabajadores de Hoteles Great Place to Work 2016 en Lima metropolitana*. Lima .
- J.Calderon. (1998). *identidades culturales y globalizacion*. *Umbral*.
- Jabaper. (2014). *conceptos basico de estructura*.
- Juran, J. M. (1964). *Idea revolucionaria de administración* . New York.
- Kast, F. E. (1979). *teoia de la toma de decisiones*.
- Koys, D., & Decottis, T. (1991). *Inductive Measures of Psychological Climate*. . Human Relations.
- Larrain, J. (2003). *concepto de identidad*. *FAMECOS*, 32.
- Loli, O. K. (2014). *Clima organizacional y calidad de servicio del hotel Laurent's del distrito de los olivos*. Lima- Perú.
- Lopez, I. M. (2018). *seguridad de las transacciones electronicas*.
- Marin, A. R. (2017). *conflicto, competencia y cooperacion en la organizaciones*.
- Mayurí, B. P. (2017). *Clima Organizacional y Calidad de Servicio en la División Comercial del BCP en el Distrito de Comas, 2016*. Perú.
- Mendoza, S. M. (2009). *Validity evidence of the Spanish adaptation of the organizational empowerment scale*. *Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 25(1), 17-28.
- Moya, M. V. (Jueves, 21 de Abril de 2016). *Revistalogistec.com*. Obtenido de <https://www.revistalogistec.com/index.php/scm/estrategia-logistica/item/2278-estrategia-calidad-de-servicio>
- Najul, J. (2011). *El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio*. Observatorio laboral. [redalyc.org](http://www.redalyc.org), <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=219022148002>. [Links].
- Oslo, M. (1997). *la innovacion*. La tercera edición.
- Palma, S. (2004). *Escala Clima Laboral Cl-Spc (1ed)*. . Lima, Perú: Cartolan E.I.R.L.
- Palos, J. (2018). *sentimiento de pertenencia* .

Porto, J. P. (2019). *definiciones*. copyright.

Pumachara, J. J., & Romero, F. M. (2016). *Influencia del clima organizacional en la percepción de la calidad de los servicios ofrecidos por el hotel Fundador, Arequipa – 2015*. Arequipa.

Raffino, M. E. (2019.). *Comunicación Organizacional*. Argentina.

robbing. (1999). *motivacion*.

Robbins, S. (2004). *Comportamiento organizacional*. (10ª Edición) . México: Pearson Educación.

Rodríguez, D. (1999). *Diagnóstico Organizacional*. Alfaomega: México. D.F.

Ruffino, M. E. (2019). *Identidad*. Argentina.

Sánchez, F. (2009). *Clima organizacional*. . México: Prentice Hall.

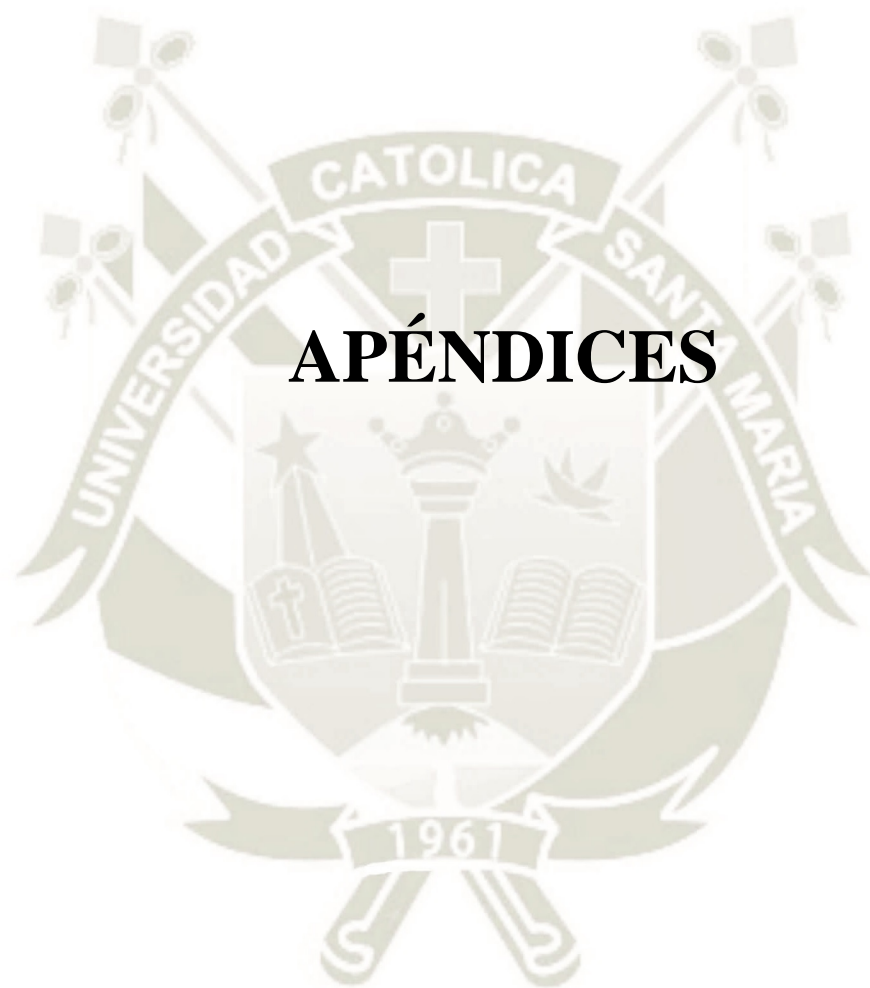
Schneider, B. (1975). *Organizational climates: An essay*. . Personnel Psychology.

Tovar, E. (2019). *seguridad fisica de instalaciones* .

Ucha, F. (2013). *definicion de recomenza* .

Uson. (2006). [/tesis.uson.mx](http://tesis.uson.mx). Obtenido de <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/9078/Capitulo1.pdf>

Zeithalm, V. (1988). *Consumer Perceptions of Price, Quality and Value: A Means-End*.



APÉNDICES

Apéndice A Cuestionario para medir el Clima Organizacional

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARIA

FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS SOCIALES Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA

Este cuestionario tiene como objetivo conocer su opinión sobre el clima organizacional que se identifica en el Hotel. Dicha información es completamente anónima, por lo que le solicito responda todas las preguntas con sinceridad, y de acuerdo a sus propias experiencias. A continuación, se le presenta una serie de preguntas las cuales deberá usted responder marcando con una (X) la respuesta que considere correcta:

Tabla valorativa

Totalmente de acuerdo	5
De acuerdo	4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
En desacuerdo	2
Totalmente en desacuerdo	1

N°	ÍTEMS	5	4	3	2	1
POTENCIAL HUMANO						
1	Nuestros directivos contribuyen a crear condiciones adecuadas para el progreso de mi empresa.					
2	Mi jefe inmediato superior se preocupa por crear un ambiente laboral agradable.					
3	Los esfuerzos de los directivos se encaminan al logro de los objetivos de la empresa.					
4	Mi jefe inmediato superior se reúne regularmente con los jefes de área para coordinar aspectos de trabajo					
5	Se me permite ser creativo e innovador en las soluciones.					
6	Existe sana competencia entre mis compañeros.					
7	La innovación es característica de nuestra organización.					
8	Mi institución es flexible y se adapta bien a los cambios.					
9	Recibo buen trato en mi trabajo.					
10	En mi trabajo reconocen habitualmente la buena labor realizada.					

11	Los beneficios que me ofrecen en mi trabajo son los adecuados.					
12	Existe un ambiente organizado en mi trabajo.					
13	En términos generales, me siento satisfecho con mi ambiente de trabajo.					
14	Considero que la distribución física de mi área me permite trabajar cómodamente.					
DISEÑO ORGANIZACIONAL						
15	Los trámites que se utilizan en mi establecimiento son simples y facilitan la atención.					
16	Existen formas o métodos para evaluar la calidad de atención en mi trabajo.					
17	Hay supervisión constantemente al personal.					
18	Las normas y reglas de mi institución son claras y facilitan mi trabajo.					
19	Las decisiones se toman en el nivel que debe tomarse.					
20	Mis compañeros de trabajo toman iniciativas para la solución de problemas.					
21	Mi jefe inmediato superior trata de obtener información antes de tomar una decisión.					
22	Existe una buena comunicación entre mis compañeros de trabajo.					
23	Mi jefe inmediato superior me comunica si estoy realizando bien o mal mi trabajo.					
24	La información de interés para todos llega de manera oportuna a mi persona.					
25	Presto atención a los comunicados que emiten mis superiores.					
CULTURA ORGANIZACIONAL						
26	Me interesa el desarrollo de mi empresa.					
27	Mi trabajo contribuye directamente al alcance de los objetivos de mi empresa.					
28	Me siento a gusto de formar parte de la empresa.					
29	Las tareas que desempeño corresponden a mi función.					
30	Considero que el trabajo que realizan los directivos para manejar conflictos es bueno.					
31	Las reuniones de coordinación con los miembros de otras áreas son frecuentes.					
32	Las otras áreas o servicios me ayudan cuando los necesito.					
33	Puedo contar con mis compañeros de trabajo cuando los necesito.					
34	Mantengo buenas relaciones con los miembros de mi grupo de trabajo.					

35	Mi contribución juega un papel importante en el éxito de la empresa.					
36	La labor que desempeño es valorada por todos.					

Fuente: adaptado y aplicado por el ministerio de salud MINSA. “Metodología para el Estudio del Clima Organizacional 2009”



Apéndice B Cuestionario para medir la Calidad de servicio

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARIA
FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS SOCIALES Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA

Estimado huésped:

En nuestro intento por brindarle un mejor servicio, le pedimos nos ayude a conocer las expectativas que tiene usted con respecto a la experiencia que esta por vivir en nuestro hotel.

Le pedimos que responda a este cuestionario de manera sincera, marcando con una (X) la respuesta que considere correcta:

Tabla valorativa

Totalmente de acuerdo	5
De acuerdo	4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
En desacuerdo	2
Totalmente en desacuerdo	1

N°	ÍTEMS	5	4	3	2	1
ELEMENTOS TANGIBLES						
1	EL Hotel Casa Andina cuenta con instalaciones modernas y atractivas					
2	Mi habitación cuenta con todos los servicios necesarios para sentirme cómodo durante mi estadía					
3	Los empleados del hotel tienen una apariencia limpia y agradable.					
4	El hotel cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesito para disfrutar de mis vacaciones.					
5	EL servicio de alimentos y restaurantes con que cuenta el hotel ofrece comida de calidad, con menús amplios y de excelente cocina					
FIABILIDAD O CONFIABILIDAD						
6	Si alguien en el hotel se compromete a hacer algo por mí, lo hará.					

7	Los distintos servicios que me presenta el hotel son presentados correctamente desde la primera vez.					
8	Cuando necesito ayuda o algo en particular, siento toda la confianza de acudir al personal del hotel para que se haga cargo de mi asunto					
9	En todo momento, a todas horas del día y en todos los lugares del hotel recibo un servicio de calidad.					
CAPACIDAD DE RESPUESTA						
10	EL personal del Hotel siempre está dispuesto a atenderme y ayudarme.					
11	Si se me presenta algún problema o necesito ayuda, el personal del hotel me ayudara a resolverlo inmediatamente					
12	Si solicito algo al personal del hotel, me informaran exactamente cuando me lo proporcionaran, y cumplirán con ello					
13	Si se requiere de algo especial que generalmente no se encuentra en el hotel, sé que me ayudaran a conseguirlo					
SEGURIDAD						
14	Me siento seguro de dejar mis pertenencias en mi habitación.					
15	Confío en la integridad de las personas que trabajan en el hotel.					
16	Confío en que nunca entrara al hotel alguien que no esté autorizado para hacerlo					
17	Me siento tranquilo y seguro dentro del hotel.					
EMPATÍA						
18	El personal del hotel siempre está atento a mis deseos y necesidades					
19	El personal del hotel siempre esta con una sonrisa en el rostro; se muestra interesado por servir a los huéspedes					
20	En el hotel me prestan una atención personalizada.					
21	El ambiente que hay en el hotel me hace sentir cómodo(a), como en casa.					
22	En las áreas comunes (restaurante, bar, recepción, azotea) hay un ambiente divertido y agradable					

Fuente: cuestionario SERVQUAL