



UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS TURÍSTICOS HOTELEROS

TESIS

Gestión hotelera y su influencia en la satisfacción laboral de los colaboradores de la Minera Chinalco Perú S.A Morococha provincia de Yauli. La Oroya. Región Junín. Perú 2016.

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

**Licenciado en Administración de Negocios
Turísticos Hoteleros**

AUTOR:

Bach. Gloria Navarro Pérez

ASESOR:

Mgr. . Edmundo José Barrantes Ríos

LIMA – PERÚ

2017

ASESOR DE TESIS

Mgtr. Edmundo José Barrantes Ríos

JURADO EXAMINADOR

Dra. Grisi Bernardo Santiago
Presidente

Dr. Tan Wong Fernando Luis
Secretario

Mgtr. Edmundo José Barrantes Ríos
Vocal

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación está dedicado a mi adorado hijo Frank Víctor y a mi hermana Martha Beatriz quienes son el motor que me impulsa a seguir adelante.

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de investigación ha sido posible gracias a mi Asesor de Tesis el Doctor Edmundo José Barrantes Ríos, quien, con su dedicación, paciencia y enseñanzas, me guio en la elaboración de la Tesis.

RESUMEN

La Gestión Hotelera es la dirección, la administración, la conducción de hotel, por lo que nos llevó a realizar el estudio a fin de determinar su relación en la satisfacción laboral de los colaboradores, ya que desde que inicia sus operaciones la Minera Chinalco S.A siempre han tenido como parte de su política laboral, brindar a sus colaboradores la atención básica como es la alimentación y el hospedaje, a fin de que se sientan cómodos y logren un buen rendimiento en su productividad laboral que es su principal preocupación de la minera, para ello se ha tenido contrato con diferentes concesionarias hoteleras y operar en sus instalación de Morococha. Muchas de ellas que han asumido la administración del hotel se han limitado solo a ofrecer sus servicios hoteleros y de consumo sin tener en cuenta la satisfacción de sus clientes que son los colaboradores y personal staff de la minera, lo que nos llevó al estudio de explicar y relacionar la gestión hotelera con la satisfacción laboral de los colaboradores, por lo mismo debemos tener presente que la mayoría de empresas solo ofrecen servicios pero difícilmente puede buscar la satisfacción de sus clientes.

Con la investigación explicativa que luego se correlacionó se aplicó la encuesta, a los colaboradores, personal staff de la minera en donde nos arroja que un 52.73 de encuestados considera que la Gestión Hotelera está dentro del rango de bueno y el 55.33 de encuestados indica que es buena el rendimiento laboral en la Minera, con la implementación de estrategias en el buen desempeño laboral y a la nutrición personal de parte de la concesionaria del hotel se logró que nuestra hipótesis servicio de calidad se considera buena, de igual manera debe aplicarse una buena Administración Hotelera y siempre logrando el alojamiento de calidad a los colaboradores.

Palabras claves: Gestión, administración, alojamiento, laboral, colaborador.

ABSTRACT

Hotel Management is the management, administration, hotel management, so we took the study to determine their relationship in the employees' job satisfaction, since the beginning of operations Mine Chinalco SA always Have had as part of their labor policy, to provide their collaborators with basic care such as food and lodging, so that they feel comfortable and achieve a good performance in their labor productivity that is their main concern of the mining company, This has been contracted with different hotel concessionaires and operate in its Morococha facility; Many of them who have assumed the management of the hotel have been limited to offering their hotel and consumer services without taking into account the satisfaction of their clients who are the employees and staff of the mining company, which led us to the study of explaining And relate the hotel management with the employees' job satisfaction, so we must bear in mind that most companies only offer services but can hardly seek the satisfaction of their clients.

With the explanatory research that was then correlated, we applied the poll, to the collaborators, staff of the mining company, where we are shown that 52.73 of respondents believe that Hotel Management is within the range of good and 55.33 of respondents indicate that it is Good work performance in the mine, with the implementation of strategies in the good work performance and personal nutrition on the part of the hotel concessionaire was achieved that our hypothesis quality service is considered good, just as it should apply a good Hotel Management And always achieving the quality accommodation to the collaborators.

Key words: Management, administration, housing, labor, collaborator.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	Página
Carátula	
Asesor de tesis	ii
Jurado examinador	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Resumen	vi
Abstract	vii
Índice de contenidos	viii
Índice de tablas	xi
Índice de figuras	xii
INTRODUCCIÓN	xiii
I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Formulación del problema	5
1.2.1 Problema general	5
1.2.2 Problemas específicos	5
1.3 Justificación del estudio	6
1.4 Objetivos de la investigación	8
1.4.1 Objetivo general	8
1.4.2 Objetivos específicos	8
II. MARCO TEÓRICO	10
2.1 Antecedentes de la investigación	10
2.1.1 Antecedentes Nacionales	10
2.1.2 Antecedentes Internacionales	15
2.2 Bases teóricas de las Variables	22
2.2.1 Bases teóricas de la Variable Independiente	22

2.2.1.1 Gestión Hotelera	23
2.2.2 Bases teóricas de la Variable Dependiente	40
2.2.2.1 Satisfacción Laboral	40
2.3 Definición de términos básicos	51
III. MARCO METODOLÓGICO	55
3.1 Hipótesis de la investigación	55
3.1.1 Hipótesis general	55
3.1.2 Hipótesis específicas	55
3.2 Variables de estudio	55
3.2.1 Definición conceptual	55
3.2.2 Definición operacional	56
3.3 Tipo y nivel de la investigación	58
3.4 Diseño de la Investigación	58
3.5. Población y Muestra del estudio	59
3.5.1 Población	59
3.5.2 Muestra	60
3.6 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	60
3.6.1 Técnicas de recolección de datos	60
3.6.2 Instrumentos de recolección de datos	60
3.6.2.1 Confiabilidad del Instrumento	61
3.6.2.2 Validez del Instrumento	61
3.7 Métodos de análisis de datos	62
3.8 Aspectos éticos	63
IV. RESULTADOS	65
4.1 Resultados (Solución Temática y Estadística)	65
4.1.1 Solución Estadística	65
4.1.2 Contrastación de Hipótesis	71
V. DISCUSIÓN	80
VI. CONCLUSIONES	82
6.1 Conclusiones	82

VII. RECOMENDACIONES	83
7.1 Recomendaciones	83
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	85
ANEXOS	87
Anexo 1: Matriz de consistencia	88
Anexo 2: Matriz de operacionalización	89
Anexo 3: Instrumentos	90
Anexo 4: Validación de Instrumentos	92
Anexo 5: Matriz de Datos	100

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 1 <i>Definición operacional</i>	56
Tabla 2 <i>Estadísticos de fiabilidad</i>	61
Tabla 3 <i>Resultados de evaluación de expertos del instrumento de investigación.</i>	62
Tabla 4 <i>Nivel alcanzado en Gestión Hotelera, recibida por los colaboradores de la Minera Chinalco S.A.</i>	65
Tabla 5 <i>Nivel alcanzado en Servicio de Calidad por los colaboradores de la Minera Chinalco S.A.</i>	66
Tabla 6 <i>Nivel alcanzado en Administración Hotelera por los colaboradores de la Minera Chinalco S.A.</i>	67
Tabla 7 <i>Nivel alcanzado en Alojamiento de Calidad recibida por los colaboradores de la Minera Chinalco S.A.</i>	68
Tabla 8 <i>Nivel alcanzado en Cumplimiento de Seguridad Laboral recibida por los colaboradores de la Minera Chinalco S.A.</i>	69
Tabla 9 <i>Nivel alcanzado en Cumplimiento de Condiciones de Trabajo laboral recibida por los colaboradores de la Minera Chinalco S.A.</i>	70
Tabla 10 <i>Matriz de Influencias entre la Variable Independiente y Dependiente</i>	72
Tabla 11 <i>Gestión Hotelera KMO y Prueba de Bartlett</i>	73
Tabla 12 <i>Servicio de Calidad KMO y Prueba de Bartlett</i>	75
Tabla 13 <i>Administración Hotelera KMO y Prueba de Bartlett</i>	76
Tabla 14 <i>Alojamiento de Calidad KMO y Prueba de Bartlett</i>	78

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
<i>Figura 1</i> Nivel alcanzado en Gestión Hotelera, recibida por los colaboradores de la Minera Chinalco S.A.	66
<i>Figura 2</i> Nivel alcanzado en Servicio de Calidad por los colaboradores de la Minera Chinalco S.A.	67
<i>Figura 3</i> Nivel alcanzado en Administración Hotelera por los colaboradores de la Minera Chinalco S.A.	68
<i>Figura 4</i> Nivel alcanzado en Alojamiento de Calidad recibida por los colaboradores de la Minera Chinalco S.A.	69
<i>Figura 5</i> Nivel alcanzado en Cumplimiento de Seguridad Laboral recibida por los colaboradores de la Minera Chinalco S.A.	70
<i>Figura 6</i> Nivel alcanzado en Cumplimiento de Condiciones de Trabajo laboral recibida por los colaboradores de la Minera Chinalco S.A.	71
<i>Figura 7</i> Contrastación de hipótesis Gestión Hotelera	74
<i>Figura 8</i> Contrastación de Hipótesis Servicio de Calidad	75
<i>Figura 9</i> Contrastación de Hipótesis Administración Hotelera	77
<i>Figura 10</i> Contrastación de Hipótesis Alojamiento de Calidad	78

INTRODUCCIÓN

La Gestión Hotelera es uno de los aspectos fundamentales en la administración de recursos humanos, en la presente investigación pasa a ser el aspecto principal para el buen desempeño laboral de nuestros colaboradores, ya que se debe contar con el Recurso Humano para un buen descanso y una buena alimentación para un buen desempeño laboral por que el propósito de la Minera radica en obtener resultados de productividad y rentabilidad.

La Minera Chinalco S.A siempre han tenido como parte de su política laboral, brindar a sus colaboradores la atención básica como es la alimentación y el hospedaje, con la finalidad que sus colaboradores logren un buen rendimiento en su productividad laboral, razón por la que ha venido concesionando con diferentes empresas la administran del hotel de la minera que se encuentra ubicado en las instalaciones de la empresa Chinalco S.A, estas concesionarias solo se limitaron a ofrecer sus servicios, hoteleros y de consumo y no la satisfacción de sus clientes, por lo que se relacionó el servicio de gestión hotelera con la satisfacción laboral de los colaboradores de la minera.

En el primer capítulo nos referimos a la problemática de la gestión hotelera y la satisfacción laboral, donde es la justificación de la problemática, también orientaremos el objetivo alcanzado, iniciando del problema se manifiesta la falta de una buena administración hotelera como problema, la calidad de los servicios, hablar de servicio de gestión hotelera o del factor servicios en los negocios, con independencia indica que caminamos hacia una época en la que el factor servicio es al que se le da más importancia en cualquier tipo de negocio y más aún, la calidad de servicio.

Hablar de calidad en los servicios hoteleros nos lleva a revisar diversos autores que trataron este tema como; Trelles V. (2015) en su tesis: Evaluación de la calidad percibida por los clientes del hotel los portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones desarrollado en la Universidad de Piura, en la

que indica sobre la calidad en el servicio hotelero y manifiesta lo siguiente; Calidad de servicio es un término que engloba dos conceptos con múltiples significados.

El segundo capítulo está referido al Marco teórico, donde se considera los antecedentes del tema que se han desarrollado en nuestro ámbito como en el exterior, ya que la problemática de brindar un servicio de calidad en una gestión hotelera sucede en todas partes y más aún si está orientado a una satisfacción de sus clientes, porque en la actualidad, el término calidad es utilizado de forma masiva en cualquier ámbito, siendo su significado un concepto complejo y multidimensional. Tal como indican Kitchenham y Pfleeger: “La calidad es difícil de definir y medir, aunque fácil de reconocer” (Kitchenham & Pfleeger, 1996).

El Tercer capítulo está referido al marco metodológico, a la hipótesis que se demuestra y se determina que una buena gestión hotelera en la que se le brinda toda las comodidades al trabajador de la Minera, una buena atención en la alimentación y el trato cordial y oportuna nos lleva a lograr un la satisfacción de nuestros colaboradores y desde luego un buen rendimiento laboral, para ello nos valemos de las técnicas y diseños de investigación aplicada, y uno de ellos fue el descriptivo y la correlación de nuestras variables que es la gestión hotelera con las variables satisfacción laboral, valiéndonos de la técnica de la encuesta determinamos nuestros resultados.

El cuarto capítulo está referido a los resultados, también planteamos las discusiones, conclusiones y recomendaciones que servirán para su viabilidad de la presente investigación que contribuirá al beneficio de la Minera Chinalco S.A.

I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

INTERNACIONAL

A nivel internacional la Gestión Hotelera siempre ha sido un aspecto fundamental, muchas empresas mineras internacionales han ido mejorando la calidad de servicio. Diversas gestiones se han enfocado en el desarrollo sobre el concepto de calidad de servicio en la industria hotelera, se han focalizado básicamente en aspectos de medición desde la perspectiva del cliente, que estos a su vez son colaboradores de las empresas mineras, desde el punto de vista del directivo hotelero, la gestión hotelera internacional ha logrado generar grandes empresas que destacan como líderes en el servicio de hoteles, creando puestos de trabajo para las personas que viven donde se asentaron estas empresas mineras, podemos resaltar que ido evolucionando desde una posada hasta un hotel de cinco estrellas dado a una gestión hotelera muy bien desarrollada.

NACIONAL

En la actualidad en la minería nacional, las grandes empresas mineras ofrecen un servicio de hotelería a sus trabajadores, este servicio es tercerizado y estas empresas por contrato con la minera tiene que contratar personal de la zona aledaña a la mina y este personal es capacitado para cumplir con sus funciones en el servicio hotelero y por la falta de experiencia en el mismo generan reclamos de los trabajadores por un mal servicio al trabajador la solución sería poner personal con experiencia en este servicio y poco a poco integrar personal de la zona aledaña a la mina para que adquiera experiencia y brinde un mejor servicio.

LOCAL

Desde que inicia sus operaciones la Minera Chinalco S.A siempre han tenido como parte de su política laboral, brindar a sus colaboradores la atención básica como es la alimentación y el hospedaje, a fin de que sus colaboradores se sientan cómodos y logren un buen rendimiento en su productividad laboral que es su principal preocupación de la minera, razón por la que ha venido celebrando contratos con diferentes empresas que administran el hotel de la minera que se encuentra ubicado en las instalaciones de la empresa Chinalco S.A por lo que muchas empresas que han asumido la administración del hotel de la empresa Chinalco S.A se han limitado solo a ofrecer sus servicios, hoteleros y de consumo sin tener en cuenta la satisfacción de sus clientes que en este caso son los colaboradores y personal staff de la minera Chinalco S.A por lo que el presente estudio plantea relacionar el servicio de gestión hotelera con la satisfacción laboral de los colaboradores, que también ello va influir de gran manera en su rendimiento laboral, por lo mismo debemos tener presente que la mayoría de empresas solo ofrecen servicios pero difícilmente puede buscar la satisfacción de sus clientes.

Hablar de servicio de gestión hotelera o del factor servicios en los negocios, con independencia indica que caminamos hacia una época en la que el factor servicio es al que se le da más importancia en cualquier tipo de negocio y más aún, la calidad de servicio.

Lo que se viene buscando hasta hoy en día es la calidad en los servicios del hotel de quienes administran el hotel de la minera Chinalco S.A, hablar de calidad en los servicios hoteleros nos lleva a revisar diversos autores que trataron este tema como; Trelles V.(2015) en su tesis: Evaluación de la calidad percibida por los clientes del hotel los portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones desarrollado en la Universidad de Piura, en la que indica sobre la calidad en el servicio hotelero y manifiesta lo siguiente; calidad de servicio es un término que engloba dos conceptos con múltiples significados.

En la actualidad, el término calidad es utilizado de forma masiva en cualquier ámbito, siendo su significado un concepto complejo y multidimensional. Tal como indican Kitchenham y Pfleeger: “La calidad es difícil de definir y medir, aunque fácil de reconocer”. Es por ello que en este apartado se trabajará dicho concepto desde dos puntos de vista, uno histórico y otro conceptual.

Desde un punto de vista histórico, el concepto de calidad ha ido evolucionando a la par que lo hecho la economía, desde la aplicación de la idea a conceptos industriales hasta su aplicación a empresas de servicios en general, por lo que cada definición que se presente debe ser insertada en el contexto de la época en que fue desarrollada para poder entenderla correctamente.

Por otro lado, abarcaremos el concepto de eficacia desde un punto de vista conceptual. Para ello primero nos guiaremos de lo descrito por Reeves y Bednar, quienes revisaron el concepto de calidad concluyendo que no existe una definición universal y global de ésta sino básicamente cuatro tipos de definición. Calidad como excelencia: en este caso se define como “lo mejor” en sentido absoluto. Esta definición es demasiado abstracta y confusa ya que no orienta a la organización hacia dónde debe llevar su gestión. Cabría que los responsables de la organización definiesen el concepto de excelencia, estableciendo unas directrices claras para conseguir ese nivel exigido, aún con el riesgo de no ser igual a la concepción que tendrían los clientes. Aptitud como valor: en este caso se segmenta el concepto según el tipo de cliente. Se hace referencia al hecho de que no existe el mejor bien de consumo o servicio en sentido absoluto. Dependiendo de aspectos tales como precio, accesibilidad u otro, entonces se puede definir como lo mejor para cada tipo de consumidor. En este sentido, las organizaciones consideran una eficiencia interna y una efectividad externa, es decir, deben analizar los costos que supone seguir unos criterios de calidad y, al mismo tiempo, satisfacer las expectativas de los consumidores o usuarios, teniendo en cuenta la dificultad existente en valorar estos elementos, ya que varían con el tiempo. Feigenbaum sostiene

que “la calidad de un producto no puede ser considerada sin incluir su costo y que, además, su calidad se juzga según su precio” (García, E. 2001).

Calidad como ajuste a las especificaciones: este concepto surge desde la calidad industrial, tras la necesidad de estandarizar y especificar las normas de producción en la que el producto final debe ajustarse a un patrón preestablecido. Esto permitió el desarrollo de una definición de calidad más cuantificable y objetiva. La calidad significa asegurar que el producto final es tal como se ha determinado que sería, esto es, con base en unas especificaciones previas. A partir de este concepto surge el control estadístico de la producción.

Calidad como respuesta a las expectativas de los clientes: esta definición surge del auge de los servicios y la medición de su calidad. Bajo esta premisa se centra el concepto de calidad en la percepción que tiene el cliente y la satisfacción de sus expectativas. La principal aportación es que se reconoce la importancia de los deseos de los consumidores a la hora de determinar los parámetros que determinan la calidad de un producto o servicio.

Finalmente indicamos que la Calidad en la gestión se vislumbra en nuestros días como una de las mejores herramientas para conseguir unos niveles adecuados de competitividad y desarrollo de la actividad hotelera. El crecimiento continuo de quienes hacen uso de un servicio hotelero ha provocado que exista un mayor interés por todas las cuestiones relacionadas con la calidad del servicio en las empresas hoteleras. Este hecho ha venido también acompañado con el crecimiento del sector servicios. El número de trabajos del área de conocimiento que se ocupa de la calidad de servicio en las empresas hoteleras está creciendo exponencialmente en los últimos años, ya que existen multitud de aspectos e interfaces que necesitan ser considerados.

Además, existen nuevas metodologías que se están aplicando con las que las empresas hoteleras pueden mejorar su gestión y de esta forma mejoran globalmente su posición relativa con respecto a sus competidores. Por qué la calidad del servicio se considera hoy en día como una potente

herramienta de gestión se puede justificar, en el que se recogían los factores más importantes a tener en cuenta.

Por lo tanto, justificar la gestión hotelera nos llevara hablar de un servicio calidad es lo que se busca hoy en día para una satisfacción laboral plena de los colaboradores de la minera por lo que queremos establecer la influencia de esta gestión hotelera para la satisfacción laboral, la presente investigación buscara demostrar la relación que existe en el servicio de la gestión hotelera para lograr una satisfacción de los colaboradores de la Minera Chinalco S.A que nos servirá como aporte para la mejora en los servicios de cuantos concesionarios pudieran asumir la administración hotelera en la Minera.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema General

¿Cómo influye la gestión hotelera en la satisfacción laboral de los colaboradores de la minera Chinalco Perú S.A. Morococha Provincia de Yauli La Oroya Región Junín Perú 2017?

1.2.2. Problemas específicos

¿Cómo influye el servicio de calidad en la satisfacción laboral de los colaboradores de la minera Chinalco Perú S.A. Morococha Provincia de Yauli La Oroya Región Junín Perú 2017?

¿Cómo influye la administración hotelera en la satisfacción laboral de los colaboradores de la minera Chinalco Perú S.A. Morococha Provincia de Yauli La Oroya Región Junín Perú 2017?

¿Cómo influye el alojamiento de calidad en la satisfacción laboral de los colaboradores de la minera Chinalco Perú S.A. Morococha Provincia de Yauli La Oroya Región Junín Perú 2017?

1.3 Justificación del estudio

Es preciso conocer la localización del presente proyecto de investigación, a fin de conocer donde se desarrollará el presente estudio, para lo cual citamos aspectos fundamentales de la minera Chinalco S.A.

En agosto del 2007 CHINALCO adquirió la totalidad de las acciones de Perú Copper Inc., dueña de Minera Perú Copper, ahora Minera Chinalco Perú S.A, y el 5 de mayo del año siguiente (2008) se firmó el contrato de transferencia de las concesiones y los activos mineros del proyecto Toromocho, uno de los proyectos cupríferos más grandes del país.

Chinalco es la segunda productora más grande de alúmina en el mundo y la tercera productora más importante de aluminio primario. Tiene como meta convertirse en una compañía minera polimetálica con presencia mundial. Actualmente cuenta con operaciones mineras de bauxita, plantas de refinación de alúmina y de fundición de aluminio. También tiene diversos proyectos de metales raros, metales no ferrosos y cobre, destinados a la industria de la ingeniería y los servicios tecnológicos. Chinalco cuenta con un espíritu corporativo de lucha por la excelencia mediante la innovación y el trabajo competitivo. Promueve constantemente el desarrollo y la práctica de la responsabilidad social para construir una compañía con recursos eficientes, amigable con el ambiente y segura en sus operaciones.

Su visión es ser reconocidos como una empresa minera de primer nivel, debido a la alta eficiencia y la calidad de su gestión.

Su misión es contribuir con el progreso local, nacional y global, así como con el éxito de los accionistas, a través de la transformación cuidadosa y eficiente de recursos naturales.

Nuestro equipo de trabajo es el activo más valioso y el pilar para el éxito de nuestras operaciones. Por eso, velamos por su bienestar y seguridad.

La Empresa Minera Chinalco S.A como parte de su responsabilidad empresarial ofrece a sus colaboradores muy aparte de un ambiente laboral, también ofrece el servicio de hotel, alojamiento y alimentación que está a cargo de una concesionaria hotelera SODEXSA, que cuenta con 220 trabajadores dedicados a la atención de los colaboradores obreros y staff, la empresa también cuenta con 140 trabajadores dedicados a la atención de alimentación y 80 trabajadores dedicados al mantenimiento del hotel con ello la Minera busca que esta concesionaria ofrezca una atención de calidad a los 1750 trabajadores estables de la minera Chinalco S.A, 1000 trabajadores contratados y otros 750; teniendo una población total de trabajadores de 3500, a comparación de la concesionaria anterior se ve reducida la cantidad de trabajadores en el hotel, del mismo modo la calidad de la atención se ve reducida, también el tiempo en la atención alimenticia y el servicio de lavandería no entregan las prendas lavadas en los plazos que deben entregar, por lo que nos lleva a realizar la presente investigación a fin de determinar la satisfacción de los colaboradores en base a un servicio de gestión hotelera de calidad ya que la calidad de servicio se ha convertido en un requisito imprescindible para sobresalir en un mercado tan competitivo como el actual; ésta se considera un elemento estratégico que confiere una ventaja diferenciadora y con ella se logra la satisfacción total de los colaboradores y por ende su futura fidelización.

Por lo que en la presente investigación se estudia como evaluar el grado de la calidad en la Gestión Hotelera considerando que existen algunos aspectos que ayudan a lograr la satisfacción laboral de nuestros colaboradores tales como, el servicio de calidad, el alojamiento de calidad, la administración hotelera, lo que en la administración actual no se observa por lo que creemos que hoy en día los hoteles proveen una amplia gama de servicios a los consumidores. Estos incluyen, alojamiento, recepción, comidas, servicio de habitaciones, entre los más importantes. La calidad de servicio es el resultado de la percepción individual que hace cada cliente de este servicio multidimensional. El objetivo que se persigue es doble: por un lado, estimar el grado del servicio de calidad de cada colaborador de la minera y por otro lado obtener un indicador sintético que mida la satisfacción laboral de los colaboradores de la Minera Chinalco S.A.

Con este fin, determinaremos la influencia de una gestión hotelera en la satisfacción laboral de nuestros colaboradores para que se sientan satisfechos con los servicios que reciben y ello reflejara en el rendimiento productivo de la empresa, mucho depende de un buen descanso humano, de la buena alimentación que reciben los colaboradores, por ello es indispensable determinar este aspecto, ello nos llevara a la evaluación de los servicios que vienen recibiendo los colaboradores de la Minera Chinalco S.A en la localidad de Morococha, y buscar la plena satisfacción y establecer que la gestión hotelera que se busca sea de calidad para ello desarrollaremos y determinaremos aspectos fundamentales que nos ayuden a determinar la influencia de estas dimensiones de investigación, por lo tanto al finalizar recomendaremos las acciones que se deben adoptar a fin de lograr un servicio de gestión hotelera de calidad, del mismo modo la minera debe tomar en cuenta que un servicio de calidad sumara la productividad que busca la minera con los servicios que brinda a sus colaboradores.

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo General

Establecer la influencia de la gestión hotelera en la satisfacción laboral de los colaboradores de la minera Chinalco Perú S.A. Morococha. Provincia de Yauli. La Oroya. Región Junín. Perú. 2017

1.4.2. Objetivos específicos

Establecer la influencia del servicio de calidad en la satisfacción laboral de los colaboradores de la minera Chinalco Perú S.A. Morococha. Provincia de Yauli. La Oroya. Región Junín. Perú. 2017

Establecer la influencia de la administración hotelera en la satisfacción laboral de los colaboradores de la minera Chinalco Perú S.A. Morococha. Provincia de Yauli. La Oroya. Región Junín. Perú. 2017

Establecer la influencia del alojamiento de calidad en la satisfacción laboral de los colaboradores de la minera Chinalco Perú S.A. Morococha. Provincia de Yauli. La Oroya. Región Junín. Perú. 2017

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

2.1.1. Antecedentes Nacionales

Cueva, V. (2015) indica en su tesis titulado: “Evaluación de la calidad percibida por los clientes del Hotel los Portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones”, Universidad de Piura – Perú. Conclusiones. La calidad de servicios se ha convertido en un aspecto clave en la rentabilidad de las empresas. De ella depende en gran medida la satisfacción de los clientes, de la cual se desprenden factores importantes como la frecuencia de compra, la fidelidad del cliente y la recomendación del servicio. Por ello, las empresas cada vez prestan más atención a estos aspectos, y buscan continuamente mejorar la calidad de sus servicios para captar un mayor número de clientes y mantener a los existentes.

Dada la subjetividad de los servicios, es difícil determinar el nivel de calidad de un servicio y su impacto en los resultados de la empresa. Además, la calidad de servicio es un concepto abstracto, de naturaleza compleja, cuya evaluación incorpora dos componentes claramente subjetivos: las expectativas y percepciones de los clientes. En esta misma línea, al no contar con una adecuada herramienta de medición y análisis de la calidad, gran parte de las decisiones que toman los directivos de este tipo de empresas se basan en pura intuición, lo cual lleva a una inadecuada inversión de recursos.

Dicho esto, la presente tesis se enfoca en brindar una herramienta eficiente que permita medir continuamente la calidad del servicio en estudio. Entre las diversas escalas existentes para medir la calidad de servicio, destaca la metodología SERVQUAL, por ser la única en considerar las expectativas y percepciones de los clientes al momento de medir la calidad de un servicio. Al considerar ambas variables, se puede armar un mejor diagnóstico de la situación que si solo contáramos con las percepciones.

El modelo SERVQUAL es propuesto por Parasuraman (Morillo, M. 2007), quienes definieron la calidad de servicio como una diferencia entre la calidad esperada y la percibida, y a esta diferencia le denominaron Gaps. Por esto, comúnmente se le conoce como “Modelo de deficiencias”, haciendo referencia a estas brechas o gaps que se obtienen al aplicar esta escala.

Para los autores, la calidad de servicio presenta cinco dimensiones básicas: tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. En base a estas dimensiones se elabora un cuestionario de 22 proposiciones o ítems, de forma que para cada ítem se consideran dos declaraciones: una para medir las expectativas y otra para medir las percepciones que se tienen respecto a la empresa cuya calidad de servicio está siendo valorada. En muchos casos se considera una tercera dimensión, que busca medir la importancia de cada proposición de la encuesta.

Las brechas permiten concluir acerca de la calidad de servicio que se ofrece a los clientes. Si el valor de la brecha es positivo, se puede concluir que las expectativas de los usuarios fueron superadas, y mientras más positiva sea la brecha, más sorpresa se generó en el cliente. En el caso contrario, en que la brecha tiene un valor negativo, se deduce que el cliente esperaba más acerca de su experiencia que lo que en realidad percibió o recibió.

Hay que tener en cuenta que en muchos casos es necesario adaptar la escala SERVQUAL a las características específicas de algunos servicios. De esta forma, se pueden variar las dimensiones de la calidad y la cantidad de proposiciones consideradas en la encuesta.

Mateo, A. (2009) sostiene en su tesis titulado: “Estudio de Pre-Factibilidad para la Instalación de un Hospedaje para turistas que Experimentarán turismo vivencial, en la Provincia de Tarma.”. Pontificia Universidad Católica del Perú – Perú. Conclusiones. En el primer capítulo se determinó la existencia de una oportunidad de negocio en la zona centro del Perú, debido al incremento del turismo de naturaleza y del flujo de turistas extranjeros al país. Para satisfacer las necesidades de alojamiento del

segmento de turistas extranjeros, se construirá un ecolodge en la provincia de Tarma ya que la hotelería a nivel mundial va dejando de lado la categorización de la infraestructura hotelera por el número de estrellas y está apuntando a los servicios de lujo y ofertas especializadas dirigidas a los turistas de mayor poder adquisitivo. La ventaja diferencial de este proyecto en comparación con otros similares es el concepto ecológico que está ligado al cuidado del medio ambiente.

En el estudio de mercado se determinó que el proyecto atenderá las necesidades de alojamiento de los turistas extranjeros provenientes principalmente de Europa y Estados Unidos que vienen al Perú a realizar actividades de turismo de naturaleza, turismo de aventura y cultural. La distribución de los servicios será principalmente a través de las agencias de viajes ubicadas en el extranjero y vía internet. Los servicios del ecolodge se venderán a través de paquetes turísticos y los precios de los diferentes tipos de bungalós serán proporcionales a la plataforma de servicios ofrecidos, alcanzando hasta US\$ 275.00 por noche en el bungaló matrimonial. La tarifa para los turistas extranjeros que llegan por sus propios medios al ecolodge, es inferior a los precios ofrecidos en los paquetes turísticos de turismo de naturaleza.

En el estudio técnico se determinó que el ecolodge estará ubicado en el distrito de Acombaba para poder captar los mercados de Tarma y San Ramón. El sector de alojamiento (bungalós) del ecolodge será construido de adobe reforzado y madera y el sector central (administración y servicios) será construido con concreto armado ya que la provincia de Tarma se encuentra dentro de la zona probable de ocurrencia de deslizamiento por sismos.

Al inscribirse al régimen especial de establecimientos de hospedaje se obtiene la exoneración del IGV (por las ventas se pagará sólo el 1% por IGV ya que el 18% restante es compensado porque la actividad es considerada como exportación de servicios por la SUNAT) por la prestación de los servicios de alojamiento y alimentación a turistas extranjeros.

En el estudio de la evaluación económica y financiera se observa que el proyecto es viable ya que dentro de un escenario exigente (COK de 14%), el Valor Actual Neto Económico (VANE) es igual a S/. 1,088,099.50, el

Valor Actual Neto Financiero (VANF) es igual a S/. 1,136,529.54, la Tasa Interna de Retorno Económico (TIRE) es igual a 27%, la Tasa Interna de Retorno Financiero (TIRF) es igual a 30% (ambas tasas son mayores que el COK de 14%) y el ratio beneficio costo es igual a 1.62 (esta ratio es mayor que 1).

Serrano y Gonzales (2015) refiere en su tesis titulado: “Propuesta de Mejora de la Gestión de Recursos Humanos, Hotel Descanso del Inca – Chiclayo, 2014”. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo – Perú. Conclusiones: Se logró diagnosticar la gestión del recurso humano en el Hotel Descanso del Inca, obteniendo como respuesta algunas deficiencias en los procesos para la buena gestión del talento humano, considerando la posibilidad de aplicar una propuesta, basada según el modelo de Chiavenato, pues servirá de ayuda para el adecuado manejo de los colaboradores, conteniendo la definición de los puestos ya preestablecidos con mayor o menor número de reglas, requisitos necesarios y atribuciones que otorgarán a sus miembros, para un mejor desempeño.

Por otro lado, durante la evaluación se procedió a la identificación de la incorporación de personas, dentro del proceso de reclutamiento errores cometidos en la aplicación de cada uno de los seis procesos por parte del Hotel Descanso del Inca, siendo algunos de ellos los siguientes:

En el proceso y selección se consideraban los vínculos amicales y familiares al momento de la toma de decisiones y de elección de personal.

En el proceso de colocación de personas, no cuentan con un perfil establecido para cada puesto, dificultando el desempeño y la ejecución de tareas por parte de los colaboradores al no tener clara su labor.

En el proceso de recompensar a las personas, los colaboradores eran incentivados monetariamente, haciéndose visible el desganado y desinterés al realizar sus deberes para con la empresa.

En el proceso de desarrollo de personas, no se realizaban capacitaciones, causando el estancamiento intelectual de los colaboradores, quienes no se sentían capaces para afrontar problemas del mercado actual.

En el proceso de retención de personas, los colaboradores no diferenciaban la relación laboral con la amical, pues algunos empleados,

sobrepasaban los límites de confianza demostrándolo frente a los clientes y al momento de la realización de sus labores.

En el proceso de supervisión de personas, el Hotel Descanso del Inca no contaba con una base de datos actualizada sobre sus colaboradores, lo cual no permite tener conocimiento sobre los logros de los colaboradores en la empresa, sirviendo esto para la determinación de ascensos o despidos.

Finalmente, después de realizar la evaluación de los procesos de gestión de recursos humanos de incorporación, colocación, recompensar, desarrollo, retención y supervisión de personas, se diseñó la propuesta ya anteriormente mencionada, con pautas necesarias para la correcta gestión y desempeño de los colaboradores dentro de la empresa hotelera.

Baque, M. (2014) determina en su tesis titulado: “Modelo de gestión organizacional orientado a la mejora del rendimiento del talento humano en las empresas hoteleras de la zona sur de la provincia de Manabí. Trujillo Perú. Conclusiones: El Modelo de Gestión Organizacional por competencias posibilita un incremento en el rendimiento del talento humano dado el conocimiento que cada uno tendrá sobre las competencias a su cargo.

La empresa hotelera no se encuentra definida claramente la asignación de puestos situación que incide en el desconocimiento, incumpliendo y en la duplicidad de funciones en el talento humano de la empresa, lo que resta la calidad en los servicios de la empresa hotelera.

Actualmente no se ejecutan procesos de capacitación al personal del sector hotelero de la zona Sur de Manabí, por ello es más limitado el desarrollo de destrezas específicas que posibiliten una mejor realización de sus funciones.

La Empresa Hotelera de la zona Sur de Manabí carece de un adecuado proceso de evaluación de rendimiento del personal por lo cual no se puede determinar una adecuada jerarquía en el personal en base a sus actitudes, capacidades y talentos reales.

Actualmente no cuentan con un programa de estímulos a los empleados lo que es fundamental para alcanzar una alta motivación en los miembros de la empresa, como reconocimiento a su desempeño y dedicación

2.1.2. Antecedentes Internacionales

Benavides (2012) “Calidad y Productividad en el Sector Hotelero Andaluz”; Universidad de Málaga – España. Conclusiones. El concepto tradicional y generalmente aceptado de productividad no es directamente aplicable a las actividades de servicios, dadas las dificultades de definición y medición que entrañan las características distintivas de los servicios. La actividad hotelera es un tipo de servicio caracterizado por una elevada presencia de dichos rasgos distintivos, por lo que requiere un cambio de enfoque.

Para definir un nuevo concepto de productividad adecuado al sector servicios es necesario reconocer la excepcionalidad de inputs y outputs, teniendo en cuenta la importancia de la interacción con el cliente y las dificultades para definirlos y medirlos, derivadas de las características de los servicios. Los inputs pueden provenir del proveedor o del cliente, en distintas proporciones, lo que condiciona el proceso de producción. En el output hay que distinguir entre cantidad y calidad, sobre la que influyen las expectativas del cliente dada la inseparabilidad de proceso y resultado. A esto hay que añadir la utilización de capacidad, clave en el sector hotelero.

Dada esta excepcionalidad, la medición de la productividad está sujeta a diversos problemas. La productividad puede medirse desde un punto de vista parcial o total, dependiendo de los objetivos que se persigan. A su vez, se pueden utilizar medidas físicas, monetarias o combinadas. A pesar del extenso uso de las medidas físicas en servicios y en la actividad hotelera, el uso de medidas monetarias es preferible para medir la productividad global.

Si se pretende utilizar un único ratio input/output para cuantificar la productividad, se puede recurrir a un ratio entre ingresos y costes, aunque en ocasiones es preferible utilizar el valor añadido como medida del output. La información que ofrece este ratio único se podría complementar con información acerca de la eficiencia, eficacia y la utilización de capacidad.

Dado que la industria hotelera es intensiva en factor trabajo, consideramos relevante el uso de la productividad del trabajo como medida de la productividad del sector hotelero. En el análisis realizado, el output se ha medido a través del VAB, mientras que el factor trabajo se ha medido a través del número de trabajadores equivalentes a tiempo completo.

Para conocer qué variables pueden ser explicativas de la productividad en el sector hotelero, se ha recurrido a un análisis de la literatura. El mayor consenso gira en torno a determinadas características de los establecimientos. Factores humanos y de satisfacción del cliente son también relevantes. La consideración de la calidad como variable explicativa está sujeta a diversas interpretaciones.

Conclusión de los Sistemas de Gestión de la Calidad en el Sector Hotelero: El término “calidad” no tiene un significado simple y comúnmente aceptado, pudiéndose abordar desde enfoques muy diversos, que dotan de una mayor o menor validez a las dimensiones que caracterizan la calidad. El enfoque más relevante en este trabajo es un enfoque global que orienta todos los recursos hacia el logro de la excelencia.

La gestión de la calidad en las actividades de servicios resulta especialmente compleja dados los rasgos distintivos de los mismos y, especialmente, la importancia de la participación del cliente. Además, dicha gestión ha estado condicionada a lo largo del tiempo por las distintas etapas que ha atravesado el concepto de calidad. En la actualidad, predomina un enfoque estratégico de gestión de la calidad total.

Los sistemas de gestión de la calidad se desarrollan en el conjunto de normas ISO 9000, desde un planteamiento basado en procesos. Los principios en los que se basa el concepto de calidad total convierten al sistema de calidad total en un método de gestión paradigmático que permite mejorar la competitividad de la empresa actuando tanto sobre la calidad como sobre la productividad.

En el sector turístico han surgido a lo largo del tiempo iniciativas de diversa índole para facilitar la implantación de sistemas de gestión de la calidad total. En la actualidad, el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE)

es la entidad que se encarga de la normalización y la certificación en el sector turístico con la Marca "Q". La norma desarrollada por el ICTE para el sector hotelero es la Norma UNE 182001:2008. Hoteles y Apartamentos Turísticos. Requisitos para la prestación del Servicio. Está fundamentada en los principios de la calidad total, con el objetivo de lograr la mejora continua.

Entre los distintos modelos de gestión de la calidad total, el Modelo EFQM de Excelencia es especialmente idóneo por su carácter práctico. Está integrado por unos conceptos fundamentales de la excelencia, nueve elementos a través de los que las empresas pueden evaluar el logro de dicha excelencia y un esquema de gestión y evaluación. Dada su relevancia, este modelo es la base del análisis de la incidencia de la calidad sobre la productividad, objeto de este trabajo.

Conclusión de la Relación Entre Calidad y Productividad en Servicios: Los estudios disponibles en la literatura acerca de la relación entre calidad y productividad están enfocados desde distintas perspectivas y muestran relaciones muy diversas entre ellas. Los más numerosos contraponen la visión tradicional que considera a ambas como incompatibles, con otra más actual que las considera directamente relacionadas.

En este sentido, la visión actual está relacionada con el nuevo concepto de productividad y con la tendencia hacia una perspectiva integradora de la calidad o modelo dual empresa-consumidor. La gestión integrada de ambas variables es considerada necesaria y especialmente factible a través de la gestión de la calidad total u otros modelos similares.

En el caso del sector hotelero, son muy escasos los estudios que abordan la relación entre calidad y productividad; algo más abundantes son los que analizan la relación entre calidad (desde un punto de vista gerencial o del consumidor) y otras variables de resultados. Dada la escasa evidencia empírica en el primer caso, este trabajo pretende demostrar la relación entre ambas.

Conclusión del Análisis Econométrico de la Relación entre Calidad y Productividad en Hoteles. El análisis descriptivo previo a la especificación econométrica muestra que las características de los establecimientos con

mayor relación, a priori, con la productividad aparente del trabajo son: la pertenencia a una cadena hotelera, la situación en capital de provincia, la antigüedad y el hecho de no subcontratar ningún servicio. La aparente relación positiva entre el número de habitaciones y la productividad no es tan evidente. En el caso del número de trabajadores y la categoría, no se observa una relación positiva con la productividad. Sin embargo, en la mayoría del caso, aquellas categorías de hoteles con mayores niveles de productividad también son las de mayor dispersión de los datos, lo que indica una menor precisión de los valores.

Para verificar estas relaciones y conocer el impacto de la calidad sobre la productividad, objeto del presente trabajo, se ha especificado una función de producción de tipo Cobb-Douglas que incluye, además de los factores productivos, trabajo y capital, un vector de variables de control y un vector de variables de calidad, a partir de los agentes facilitadores del Modelo EFQM de Excelencia.

Del análisis descriptivo de la relación entre calidad y productividad, realizado tras definir las variables de calidad, se observa una relación positiva entre la productividad y tres de las cinco variables construidas, así como con la calidad global. Una mayor calidad también está aparentemente relacionada con una mayor cantidad de factor trabajo y capital, la pertenencia a una cadena, la localización en capital de provincia, una mayor categoría y una mayor antigüedad.

Se ha realizado un análisis econométrico para verificar estas conclusiones, estimando una ecuación para cada variable de calidad. Con respecto a los factores productivos, las elasticidades del VAB con respecto a ambos son las esperadas, siendo el factor trabajo el que ejerce mayor influencia, con una contribución relativa muy elevada. Además, se confirma la existencia de rendimientos constantes a escala.

En cuanto a las características de los establecimientos hoteleros, el análisis econométrico muestra una relación positiva entre la productividad del trabajo y la pertenencia a una cadena hotelera, la localización en capital de

provincia y la antigüedad del establecimiento, y una relación negativa en el caso de que la categoría sea igual a tres estrellas.

De entre las cinco variables de calidad, se verifica una relación positiva entre la productividad y las variables estrategias y procesos, productos y servicios. También se da una relación directa con la variable calidad global. La relación con la estrategia se basa en que los criterios de este elemento del Modelo EFQM se identifican plenamente con el logro de resultados equilibrados, entre los que se halla la productividad. En el caso de procesos, productos y servicios, una elevada consecución de la excelencia en este criterio, cuyos datos son los más fiables de todos los constructos utilizados, garantiza unos mejores resultados. La incidencia positiva de la variable global de calidad confirma lo argumentado de forma teórica, en cuanto a la idoneidad del Modelo EFQM para guiar a la empresa hacia la excelencia y obtener mejores resultados.

Como implicaciones de gestión se pueden destacar, en primer lugar, las relacionadas con las características de los establecimientos. En este sentido, la oferta de un mayor nivel de servicio o la gestión por parte de una cadena hotelera generan mejoras de productividad, así como, muy probablemente, de calidad. En cuanto a la calidad, una mayor implantación de los principios de la gestión de la calidad total con el objetivo del logro de la excelencia incide positivamente sobre la productividad de los hoteles. Para ello, el Modelo EFQM de Excelencia es una herramienta idónea.

Benítez, J. (2010) “La Calidad del Servicio en la Industria Hotelera”, Universidad de las Palmas de Gran Canaria– Colombia. Conclusión. Este capítulo presenta dos aportaciones principales a la literatura del marketing turístico y de la hospitalidad. La primera está relacionada con el uso de los números borrosos como una metodología adecuada para medir la calidad del servicio reduciendo los aspectos de incertidumbre asociados a la información lingüística. La segunda tiene que ver con el ejercicio empírico que se ha realizado en los cuatro hoteles del grupo Lapesa en que se encuentran en las islas de Gran Canaria y Fuerteventura, con las posibles implicaciones futuras que se pueden derivar dentro del grupo para reforzar

la competitividad de la cadena en el mercado vacacional de las islas Canarias.

La literatura existente sobre la calidad del servicio pone de manifiesto una gran multitud de cuestiones teóricas que no siempre son objeto de consenso. La naturaleza y las dimensiones de la calidad de servicio tienen más implicaciones que la simple aplicación de aspectos técnicos de cómo proveer dicho servicio. En este sentido, es necesario tener en cuenta aspectos como la percepción que desarrollan los clientes de cómo debería ser previsto un servicio determinado, y esto se basa principalmente en las expectativas existentes que son fruto de experiencias previas.

Los cuestionarios para evaluar la calidad de servicio son un elemento importante que trata de escuchar la voz de los clientes con una regularidad periódica. De esta manera, el grupo hotelero puede de forma rápida establecer acciones con el fin de aproximarse a las necesidades de sus clientes. Las distintas áreas de los hoteles pueden utilizar la evaluación de los clientes para diseñar estrategias que permitan responder de forma efectiva a las demandas de los clientes, determinar que departamentos trabajan mejor o peor, que procesos necesitan mejora y que habilidades necesitan ser intensificadas.

Debido al rápido crecimiento de las alternativas de destino de vacaciones existentes y a la creación de nuevas zonas de recreo en distintos lugares del mundo los directores de los hoteles deben dedicar importantes esfuerzos a incrementar la satisfacción de sus clientes. En este estudio se evalúan los resultados de las encuestas realizadas en los hoteles del grupo LHR en las islas de Gran Canaria y Fuerteventura durante el año 2003. La evaluación de los clientes se basa en el análisis de trece atributos aplicando la metodología de los conjuntos borrosos con el propósito de tomar en consideración la ambigüedad de los conceptos asociados con los juicios subjetivos de los individuos.

Los resultados del estudio muestran aquellos departamentos que presentan una mayor homogeneidad y heterogeneidad respecto a la calidad del servicio que proveen. Dicha información es muy útil a la hora de determinar la naturaleza de los distintos departamentos, así como para mejorar los procedimientos operativos de algunos departamentos con la

experiencia interna de otros hoteles del grupo. En este sentido, se puede utilizar de forma adecuada el conocimiento existente dentro del grupo, lo único que se necesita es diseñar un procedimiento adecuado de transferencia de ese conocimiento existente.

También se ha resaltado que sería necesario indagar en las causas del patrón diferencial que muestra la calidad global en el Gran Hotel Costa Meloneras en comparación con el resto de los hoteles. En general, se ha demostrado que los ciclos de empeoramiento son más cortos en los hoteles de menor tamaño.

La identificación de las percepciones de los clientes respecto a la calidad del servicio es esencial para diseñar estrategias de marketing conducentes a procurar que las necesidades de los clientes sean satisfechas. Como se ha propuesto una metodología que permite analizar la calidad de servicio global de los hoteles de forma dinámica, se pueden tomar medidas correctoras que permitan coordinar los esfuerzos de todos los departamentos a la vez. Por lo tanto, los directores generales de los hoteles deberán analizar, priorizando aquellas unidades departamentales que están obteniendo peores resultados, sin dejar de aunar esfuerzos en el resto de las unidades. Así mismo, se podría diseñar un sistema de incentivos óptimo que permitiese a los jefes de línea premiar el esfuerzo de sus subordinados para promover las mejores prácticas. Por lo tanto, los resultados de esta investigación son solamente el primer paso para diseñar un plan de mejora de la calidad que tenga las implicaciones adecuadas para lograr satisfacer las necesidades de nuestros clientes de forma más satisfactoria.

Finalmente, el estudio presenta algunas limitaciones que merecen ser comentadas. Primero, se ha aplicado la metodología de los conjuntos borrosos sin tener en cuenta que los encuestados no han podido establecer su tipología en relación a como trasladarla información lingüística a los números borrosos triangulares utilizados. Segundo, las encuestas se realizan a lo largo del año y puede haber segmentos de consumidores diferentes en cada época del año. No sería extraño, por lo tanto, que existiese un componente estacional importante sobre la calidad de servicio esperada que no se ha tenido en cuenta. De todas las maneras, el tamaño

de la muestra es muy importante como para tener cierto grado de confianza sobre los resultados obtenidos, aunque cualquier capítulo que se realizase para subsanar estas deficiencias sería muy oportuno.

Jiménez, J (2016) “Propuesta de opciones de manejo administrativo, operativo y de servicios para los hostales de primera categoría; caso práctico: hostel casa lloret, en la ciudad de Cuenca. Cuenca – Ecuador. Conclusiones: El alojamiento es el eje fundamental de la oferta turística, por lo tanto, la hotelería en la ciudad de Cuenca se encuentra fundamentalmente relacionada con la actividad turística que se desarrolla en nuestro país y específicamente en la ciudad.

La ciudad de Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad, por sus innumerables atractivos turísticos, se presenta en la actualidad como el destino turístico reconocido tanto a nivel nacional como internacional.

El auge del turismo en Cuenca ha proyectado a los hostales de primera categoría en la alternativa de hospedaje más viable para el turista, puesto que ofrecen servicios e instalaciones de calidad a precios económicos.

Los hostales de primera categoría se desempeñan en un escenario muy competitivo que requiere de innovaciones constantes para satisfacer las necesidades y preferencias de los clientes.

Una de las innovaciones que precisan los Hostales de Primera categoría en la ciudad de Cuenca es la de adoptar un modelo de Gestión Administrativa dinámico para poder cumplir con los objetivos y lograr la satisfacción de los clientes turistas.

2.2. Bases teóricas de las Variables

2.2.1. Bases teóricas de la Variable Independiente

Dentro de la presente investigación conceptualizaremos aspectos que nos irán estableciendo como base para el desarrollo del tema tal es así que nuestra base teórica se centra en la gestión hotelera que se pretende estudiar para lo cual establecemos los conceptos siguientes.

2.2.1.1 Gestión hotelera.

La Gestión Hotelera es sin duda poder cumplir con la exigencia de la mayoría de los clientes hoteleros, por lo que necesitan un modelo para poder llevar a cabo la persecución a este objetivo fundamental. Los elementos operacionales de los modelos en los cuales se basa la gestión hotelera son, por ejemplo, el análisis completo de la demanda de los servicios por parte del cliente, la clasificación de todos los productos que se encuentren en el inventario, el análisis completo de los proveedores, la gestión del transporte y la gestión de almacenamiento.

Lógicamente, el punto de partida para seguir este modelo de gestión hotelera se encuentra en el cliente, aunque también debemos tener en cuenta que la planificación estratégica de la misma, proporciona la dirección en la cual se llevará a cabo el cumplimiento de esta misión. En este modelo operacional se encuentran representados a los principales clientes internos que llevaran a cabo una interacción con los aprovisionamientos que el hotel debe poseer: alimentos, bebidas, elementos complementarios, etc.

Uno de los elementos fundamentales en la gestión hotelera es el análisis de demanda en cuanto a los aprovisionamientos.

El objetivo principal que persigue este elemento es la determinación de las cantidades necesarias de cada artículo en el hotel para brindarle al cliente un servicio eficiente.

El desarrollo de este elemento se realiza en tres etapas: el análisis de los clientes, la clasificación de los productos que se encuentran en los puntos de venta y la proyección de la demanda. Para el análisis de la demanda es importante conocer todo tipo de informaciones relacionadas a los clientes, como pueden llegar a ser, las características que poseen los clientes de los principales países emisores, la cantidad de clientes que se tiene prevista, los

niveles de ocupación proyectados y lo más importante de todo, la expectativa general de los clientes.

Benavides, C. (2012) “Calidad y productividad en el sector hotelero Andaluz” España. La gestión hotelera esté considerada como un modelo de calidad que va dirigido hacia los clientes como también a la calidad del servicio prestado.

Cuando se trata de la gestión hotelera debemos decir que la calidad es la medida por la cual la empresa satisface las necesidades y expectativas de los clientes turistas, si bien las expectativas son una cuestión individual de cada persona, básicamente se tratan de los aspectos materiales y funcionales que posea el servicio.

Es por ello que la gestión hotelera constituye un reto para toda empresa hotelera en cuanto a desarrollar una gestión que asegure que dichos servicios sean percibidos por todos los clientes conforme a los que los pueda satisfacer. El objetivo de toda gestión hotelera es sin duda poder cumplir con la exigencia de la mayoría de los clientes turistas, por lo que necesitan un modelo para poder llevar a cabo la persecución a este objetivo fundamental.

Los elementos operacionales de los modelos en los cuales se basa la gestión hotelera son, por ejemplo, el análisis completo de la demanda de los servicios por parte del cliente, la clasificación de todos los productos que se encuentren en el inventario, el análisis completo de los proveedores, la gestión del transporte y la gestión de almacenamiento.

Lógicamente, el punto de partida para seguir este modelo de gestión hotelera se encuentra en el cliente, aunque también debemos tener en cuenta que la planificación estratégica de la misma, proporciona la dirección en la cual se llevará a cabo el cumplimiento de esta misión.

En este modelo operacional se encuentran representados a los principales clientes internos que llevaran a cabo una interacción con los aprovisionamientos que el hotel debe poseer: alimentos, bebidas, elementos complementarios, etc. Uno de los elementos fundamentales en la gestión hotelera es el análisis de demanda en cuanto a los aprovisionamientos. El objetivo principal que persigue este elemento es la determinación de las cantidades necesarias de cada artículo en el hotel para brindarle al cliente un servicio eficiente; Benavides, C. (2012).

- **La gestión hotelera y los proveedores**

Según Benítez, J. (2010) indica que, en el marco de la gestión hotelera, se han desarrollado métodos que nos dan la posibilidad de lograr diferentes ofertas de mejores productos, en cuanto a precios y margen de contribución que pueden orientar a la gestión hotelera hacia el cumplimiento de sus metas planteadas.

Por último, podemos decir que el objetivo que busca el análisis de los proveedores en la gestión hotelera es el desarrollar un tipo de procedimiento que le permita a la empresa realizar una evaluación de los proveedores, teniendo un enfoque algo más estratégico, de manera que se dé la posibilidad de adoptar diferentes estrategias que puedan llegar a producir una mejora considerable en cuanto a la calidad y la competitividad del servicio hotelero.

En los marcos de esta investigación suelen analizarse diferentes referencias con respecto a métodos que nos permitan la selección entre los diferentes proveedores. No obstante, los mismos no agotan las posibilidades de llevar a cabo una evaluación estratégica de los proveedores, dentro de la gestión hotelera y es por este motivo que se propone un procedimiento mediante el cual, un grupo de etapas nos permitan la realización de un estudio a fondo que se base en los parámetros y criterios que inciden en la calidad y eficiencia del servicio hotelero.

2.2.1.1.1. Servicio de calidad

Hablar de servicio de calidad nos lleva a entender algo más de lo que queremos ofrecer como producto, la mayoría de empresas compiten en el área de los servicios ya que difícilmente puede encontrarse un sector en el que no aparezcan los servicios para poder completar el producto ofrecido. En el ámbito industrial el servicio se presenta como una parte del producto (Miguel, 2002). De hecho, Cueva, V. (2015) indica que se debería hablar de gestión de servicios o del factor servicios en los negocios, con independencia de si la organización pertenece a lo que se conoce como sector servicios o sector industrial. Miguel (2002) indica que caminamos hacia una época en la que el factor servicio es al que se le da más importancia en cualquier tipo de negocio, y más aún, la calidad de servicio.

Existen unas claras diferencias entre la fabricación de un producto y la prestación de un servicio que tienen una influencia clara en el enfoque de la gestión de la calidad (Albacete, 2004).

El servicio de calidad implica atención exclusiva al usuario, desde el ingreso a las instalaciones, el trato, la comunicación, la cordialidad juegan un papel muy importante, desde ahí podemos ir demostrando la calidad de atención que se ofrece a nuestros clientes, se refiere al conjunto de calidad, ciertas particularidades y el beneficio condicionado que ofrecen los hoteles a sus huéspedes. La calidad comercial, así como la calidad técnica dependen la una de la otra con ello nos referimos a las características físicas, lo que le brinda identidad propia a un hotel, como lo son su estilo, su mobiliario, su decoración, el tamaño de sus habitaciones y otras muchas. La comodidad que ofrece cada hotel a sus clientes a través de estos servicios constituye los beneficios condicionados.

Estos elementos que conforman la estructura del servicio hotelero son de suma importancia puesto que proyectan su imagen

comercial y proporcionan capacidad de respuesta al mercado, brindándole propia personalidad.

La calidad de servicio se ha convertido en un requisito imprescindible para sobresalir en un mercado tan competitivo como el actual; ésta se considera un elemento estratégico que confiere una ventaja diferenciadora, y con ella se logra la satisfacción total del cliente y por ende su futura fidelización. Es por ello que cada vez son más los que tratan de definirla, medirla y, finalmente, mejorarla.

Sin embargo, debido a la naturaleza de los servicios, es complicado definir y medir la calidad de servicio, dado que a la intangibilidad de éstos se añaden los problemas asociados con la prestación y recepción simultánea del servicio.

Esto no ha impedido que diversos autores formulen conceptos de lo que se entiende por calidad de servicio. Así, primero encontramos a Plaza, M. (2014), quien introdujo el modelo “expectancy disconfirmation” para estudiar la satisfacción del cliente. Su teoría reside en que los clientes se sienten satisfechos con el consumo de un producto o servicio como resultado de una comparación subjetiva entre las expectativas previas al consumo y la percepción posterior a éste. La calidad de servicio surge a partir de esta concepción ya que la satisfacción del consumidor es una consecuencia de ésta; Plaza, M. (2014).

Sobre estos, dos autores, Cueva, V. (2015) y Olorunniwo (2006), realizaron un estudio buscando la correlación entre calidad de servicio, satisfacción e intencionalidad de compra. Los resultados que obtuvieron fueron que existía una correlación entre los tres conceptos, pero manteniendo el orden: la calidad de servicio implica satisfacción y ésta implica intencionalidad de compra.

En la misma línea, Plaza, M. (2014) apunta que la calidad de servicio debe ser contemplada desde la óptica de los clientes indicando que “es el resultado de un proceso de evaluación, donde el consumidor compara sus expectativas con la percepción del

servicio que ha recibido”. El autor pone el énfasis en el cliente, indicando que la calidad de servicio es un concepto que gira alrededor de las necesidades del cliente.

Plaza, M. (2014) definen a la calidad de servicio como “el juicio global del cliente acerca de la excelencia o superioridad del servicio, que resulta de la comparación entre las expectativas de los consumidores (lo que ellos creen que las empresas de servicios deben ofrecer) y sus percepciones sobre el resultado del servicio ofrecido”. Se trata de un planteamiento dinámico en cuanto las expectativas pueden ser diferentes en función de los clientes y el tiempo en que se presta el servicio. Los autores sugieren que reducir o eliminar dicha diferencia, denominada GAP 5 en el Modelo de deficiencias, depende a su vez de la gestión eficiente de las otras cuatro deficiencias o discrepancias.

Estos autores, Parasuraman. (1991), afirman que el factor clave para lograr un alto nivel de calidad en el servicio es igualar o sobrepasar las expectativas que el cliente tiene respecto al servicio, o en palabras de Haemoon Oh, la calidad de servicio significa satisfacción del consumidor, repetición de compra y recomendación posterior. “Un cliente satisfecho implica un incremento de la rentabilidad, de la cuota de mercado y del retorno de la inversión” (Cueva, V. 2015).

De las definiciones nombradas, la más aceptada y utilizada actualmente es la de Plaza, M. (2014), quien no solo definen la calidad de servicio; también propusieron un modelo para cuantificarla y poder mejorarla.

Sobre este apartado podemos resumir lo siguiente:

- La calidad de un servicio es relativa, no absoluta.
- Es determinada por el cliente, no por el proveedor del servicio.
- La percepción de la calidad es particular para cada cliente.

- La calidad de un servicio debe aspirarse, ya sea mediante el intento de igualar o superar las expectativas del cliente, o controlando éstas para reducir la brecha entre el valor percibido y el esperado.

Cómo mejorar la calidad en el servicio al cliente

Sobre este tema Chiang M., Martín M.J. y Núñez A. (2010). Dice, cualquier empresa de cualquier parte de este planeta existe gracias a la relación que establece con su público: consumidores que pagan por bienes y servicios; empresas que se proveen a través de otras empresas en alianzas estratégicas, de mercado.

En todos los casos, la relación entre ambos se establece en términos de un intercambio a través del cual el público (cliente) está dispuesto a otorgar algo de su dinero, esfuerzo, atención o tiempo para recibir un producto o servicio que le dé beneficio, satisfacción o solución por parte de la empresa.

Productos y Mercados deben estar unidos por algo que haga posible su intercambio. Un producto o servicio, más que el conjunto de sus características físicas, representa para los clientes una solución a sus problemas, una satisfacción de sus necesidades. En una expresión, representa beneficios que la empresa hace claros a través de su estrategia de posicionamiento.

La satisfacción del cliente es una respuesta de evaluación que éstos dan acerca del grado hasta el cual un producto o servicio cumple con sus expectativas, necesidades y deseos. Sensibilizarse acerca de ella sólo tiene sentido en la medida que el proveedor esté dispuesto a cambiar su manera de establecer una relación con ese cliente.

Podemos denominar como pilares a dichos aspectos esenciales que contribuyen a que los resultados se puedan generar a través de los diferentes responsables de la organización, por este motivo,

resulta muy conveniente darse cuenta, así como reflexionar acerca de cada uno de estos:

Calidad

Los autores Chiang M., Martín M.J. y Núñez A. (2010). Dicen que; cuando nos referimos a la calidad debe interpretársela a través de la satisfacción que proveemos a cada potencial comprador, a los nuevos clientes y a los clientes ya existentes a través de cada contacto directo con cada uno de ellos.

Este aspecto es tan importante que su efecto es determinante en la continuidad de la venta de los productos o servicios en cuestión y viene proveída por la directa acción del representante de la empresa desde que se realiza a partir del primer contacto entre la empresa proveedora y el potencial comprador, así como en todos los subsiguientes que surgirán según la solidez del vínculo que se haya creado.

Para Plaza, M. (2014); indica que la Baja Calidad significa costos elevados; cómo es esto, los defectos no salen gratis, sino que algunos los hacen, por ejemplo, en una planta estaba plagado de productos defectuosos entonces le pregunté diciendo cuantas personas trabajan aquí, me contesto, tres aquí cuatro allá etc. El 21 a 100 de la mano de obra, por lo tanto, si se da un servicio de mala calidad el cliente cuenta a su amigo y se hace el efecto multiplicador y se hizo un problema, por lo que el autor manifiesta que se debe aplicar programas de mejora para reducir la mala calidad y corregir el defecto como lo plantea.

También si se quiere lograr la calidad existe un modelo denominado modelo SERVQUAL permite tener una visión cualitativa y cuantitativa en la que se enfoca a la calidad del servicio o producto que se ofrece, buscar la satisfacción del consumidor

mediante este modelo, tema que resalta Vargas Hernández, J; Guadalupe M. (2010)

Venta – Compra

Sobre el tema dice Cueva, V. (2015) cuando ambos conceptos se confunden hasta el punto de llegar a optar por el más cómodo y menos riesgoso, esto se origina y sustenta por el desconocimiento de cómo se logra que nos compren con satisfacción como producto de una eficiente acción de ventas de calidad.

Ampliando en los detalles de la preferencia actual del consumidor, es decir de quienes prefieren que “no les vendan”, esto debería interpretarse como que realmente no desean:

Ser atendidos de mal modo, con antipatía, sin ningún respeto a su presencia, a su identidad como persona ni a sus verdaderos intereses; el sentir que su presencia o llamada para efectuar una consulta molesta o interrumpe otras actividades que pudieran estar realizando; escuchar comentarios improvisados o que despierten dudas acerca de su veracidad; que les ofrezcan todo el muestrario de oferta sin que sean consultados acerca de lo que desean o requieren previamente; ser presionados a tomar decisiones para lo cual no están resueltos ni en condiciones; que les compliquen, dificulten o nieguen una devolución para cambio o reintegro por fallas en el producto o servicio adquirido.

La misión suprema de toda empresa debe ser el mayor nivel de satisfacción para sus clientes y usuarios, pues éstos con sus compras permiten que la empresa siga existiendo y creciendo, generando de tal forma beneficios para sus integrantes (propietarios, directivos y empleados).

Y decimos “debe ser” y no “es”, puesto que muchas empresas no se han dado cuenta de ello aún. Enfrascadas en una orientación al producto o a la venta, dejan totalmente de lado las reales

necesidades y deseos del consumidor. La posibilidad de elección da poder al consumidor. Un consumidor con poder se convierte en un cliente leal si se les ofrecen productos y servicios calibrados a sus necesidades. Esto es responsable de un cambio en el patrón del pasado, en el cual los consumidores o los usuarios de cosas (o servicios) tenían que adaptar sus vidas a los productos o los servicios ofrecidos.

Una empresa debe no sólo satisfacer a los usuarios de los productos o servicios, que serán aquellos que los consumen, sino además la de sus clientes directos y la de aquellos que conforman el canal de distribución, como así también la del decisor final (que puede o no ser el consumidor final).

1. Satisface a todos y cada uno de tus Clientes.

Deberás asegurarte que cada cliente que entra en tu negocio salga satisfecho.

Ten presente que son los clientes la única razón por la que abrimos las puertas del negocio cada día. No existe nada más importante que un cliente. Las tareas de depósito al banco, la decoración o mantenimiento al local, las tareas administrativas, el chisme y la revista interesante, en fin, todas pueden esperar, un cliente no debe esperar. Por esta razón, un cliente nunca debe ser visto como una interrupción. Cueva, V. (2015).

2. Deja tu vida personal en casa

Todos nosotros tenemos días en que nos sentimos estupendamente, y días en los que queremos escondernos bajo la tierra. No debes permitir que tu propio humor personal afecte la manera en que tratas a un cliente.

Todos esperan ser atendidos rápida, cortés y educadamente. El cliente que entra en tu negocio no tiene idea que a ti se te hizo tarde

por el tráfico de camino hacia el trabajo o que tuviste un enojo con algún familiar o amigo. Del mismo modo, no tiene idea de que acabas de ser honrado con el premio al mejor vendedor del mes. El punto está en que el cliente no debiera ser capaz de decir cuál es la diferencia por el servicio que recibe, espera ser tratado de la misma manera siempre y ése es tu objetivo.

3. No te concentres en el salón de ventas

Es fácil involucrarse en conversaciones con otros vendedores o empleados cuando hay poco movimiento en el local. Pero aun cuando la conversación sea relacionada a temas de trabajo, debe concluir inmediatamente cuando entra un cliente al establecimiento.

A veces, es intimidante para un cliente ver a un grupo de vendedores reunidos en el negocio.

Adicionalmente, esto da al cliente la impresión de que él mismo es algo secundario a la conversación. En lugar de interrumpir se siente frustrado, ignorado y hasta enojado, por lo que decide ir a hacer compras a cualquier otro lado.

4. Saluda a cada Cliente

Sin importar si el negocio está lleno o hay poco movimiento, todo cliente que entra debe ser recibido con al menos un simple “Hola”.

Aunque más no sea con un simple saludo al cliente, estarás logrando dos cosas:

La primera y más importante, le estás permitiendo saber que hay alguien ahí que puede atenderlo. Le estás permitiendo saber que estás contento de que haya entrado a tu negocio.

Saludar al cliente es también un resguardo contra los robos y asaltos. La gente está menos inclinada a intentos de robar mercancía si saben que hay alguien que está atento a su presencia.

De ser posible (y es algo que da muy buenos resultados) llama a los clientes por su nombre si son clientes frecuentes, esto les dará mucha confianza y sentirán que son importantes para ti, pero que no solo lo sientan, que sea real, con esto aumentarán los clientes leales y estos a su vez atraerán a otros, esta es parte de la filosofía del “marketing 1 to 1”, un cliente es una persona y debe tratarse como tal, no es un número más en la lista de nuestra base de datos o en la estadística de ventas.

5. No califiques a los clientes por su apariencia

Simplemente por pensar que el cliente no luce como para poder comprar en tu negocio, no cometes el error de creértelo. ¿Nunca has tenido que ir a comprar un regalo importante justo después de lavar tu coche? ¿Has ido en pants a comprar algún artículo caro en una tienda de marca? Todas las posibilidades apuntan a que fuiste tratado diferente que si hubieras seguido vestido con tu traje sastre o ropa de vestir.

Nunca podrás juzgar qué podría comprar o qué va a comprar el cliente basándose en su apariencia. Finalmente, el dinero con que compran en su negocio tiene el mismo valor y eso es lo que cuenta.

6. Deja que el Cliente tenga su espacio

Todos tenemos una cierta medida de “espacio personal” que necesitamos para poder sentirnos cómodos. Algunos clientes van a ser muy amigables y abiertos desde el principio, mientras que otros se sentirán incómodos si tratas de acercarte demasiado.

Mientras que es apropiado ofrecer tu nombre durante tu presentación “A propósito, mi nombre es Felipe y estoy para

ayudarle”, no le preguntes al cliente el suyo. Puede parecer una presión. Si él te ofrece su nombre, utilízalo para dirigirte a él durante la conversación y para personalizar la venta, ésta debe ser 3 veces como “estándar”: al principio, a la mitad y al final al despedirse. En esta misma línea, evita llamar a los clientes “caballero”, “dama” y peor aún “damita”. Estas palabras hacen que personas jóvenes o de mediana edad tiendan a sentirse más viejas, además de que en México se usa en lugares de mala nota queriendo hacer que se sientan “menos mal” durante su estancia.

7. No interrumpas, aprende a escuchar

No debes interrumpir al cliente mientras te habla. Muchas veces un vendedor detendrá a un cliente en medio de una frase u oración, para decir algo que siente que es importante. Independientemente de cuán ansioso estés para exponer ese aspecto que sabes que el cliente simplemente va a adorar, espera hasta que haya terminado de hablar.

Recuerda, cuando el cliente está hablando, el cliente está comprando.

8. Luce profesional, cuida tu vestuario

Ni bien ingresa en tu local, el cliente comienza a formarse una impresión acerca de ti y tu negocio. Hay muchos factores que inciden en sus opiniones, como tu propio humor personal o estructuras mentales, que no puedes controlar. Por esta razón, es especialmente crucial que estés de la mejor manera en lo que si puedes controlar: tu propia apariencia, así como también la del local.

Deja que tu imagen transmita lo que estás vendiendo. Es extremadamente importante que tu aspecto se adapte al estilo adecuado a lo que estás vendiendo. La imagen es fundamental

para las empresas, que lo sea también para tu negocio porque atraerá más clientes, garantizado.

9. Muestra toda la mercancía

¿Has tenido alguna vez en el negocio algún producto que jamás te hubieras llevado a casa, aunque fuera gratis? Bueno, simplemente porque a ti no te gusta, no significa que a otra persona no le guste.

Debes tener siempre presente que lo que importa es lo que los clientes quieren, no lo que a ti te gusta o piensas que es mejor. Tu nivel de gusto o calidad puede diferir del de los clientes, eso es un hecho, pero recuerda que, finalmente, la venta es el objetivo.

Conserva para ti mismo tus opiniones personales acerca de un tema o artículo determinado. Escucha al cliente y ayúdalo a elegir lo que mejor se adapte a sus necesidades e intereses, no a los tuyos.

Hay muchas maneras de hacer que la experiencia de comprar en tu comercio sea más placentera para el cliente. Lo que es importante recordar es que puedes hacer la diferencia hoy, mañana será tarde, el tiempo es dinero, no lo olvides.

10. Medición de la calidad de servicio

Si satisfacer las expectativas del cliente es tan importante como se ha dicho, entonces es necesario disponer de información adecuada sobre los clientes, que contenga aspectos relacionados con sus necesidades, con los atributos en los que se fijan para determinar el nivel de calidad conseguido.

Antes de profundizar en este apartado, es importante diferenciar los estudios realizados en cuanto a la gestión de la calidad y los que intentan medir la calidad de servicio. Los primeros evalúan la implantación de una certificación de calidad como, por ejemplo, la ISO 9001, la validez del modelo EFQM o el análisis de la gestión

de la calidad, sin entrar a evaluar ningún modelo en concreto. En cambio, los otros, que son los de interés en esta investigación, tienen como principal objetivo medir la calidad de servicio y determinar cuáles son los atributos del servicio que afectan las percepciones y expectativas de los clientes que adquieren el servicio.

2.2.1.1.2. Administración hotelera

Sobre este tema nos refiere, Santomá, R. y Gerard Costa, G. (2009) en su tesis: "Calidad de servicio en la industria hotelera". Los conceptos de administración hotelera; tienen origen desde la función básica que posee un administrador de empresas y es importante que se considere que se encuentra inicialmente limitada a la planificación y a la distribución eficientemente realizada de todos los fondos necesarios para cubrir aquellas operaciones que le corresponden a un negocio empresario de este estilo.

De todas formas, este concepto acerca de la administración hotelera, ha sufrido una evolución drástica de tal manera que, si en una empresa de hotelería se implementa un modelo eficiente para la administración hotelera, es posible que mediante la misma se puede lograr el alcance de todos aquellos objetivos que se impone una empresa al momento de su constitución, especialmente cuando se coordinan los procesos actualizados mediante los cuales los responsables de la empresa hotelera toman las decisiones correspondientes que incluyen todas las actividades que se desarrollan en el hotel en cuestión.

La administración hotelera persigue dos importantes objetivos que poseen una prioridad diferente. Por ejemplos, si hablamos del objetivo primario diremos que se trata de la maximización de todas aquellas acciones que están en pro del bienestar económico de las personas propietarias de la empresa hotelera. Es importante tener en consideración que este objetivo de la administración hotelera se

interpreta como la maximización del precio con las que se costean las acciones comunes, algo que implica una diferencia con respecto a la maximización correspondiente a la ganancia por acción o a la ganancia neta.

El segundo objetivo claro que tiene que ver con la aplicación de la administración hotelera es, definitivamente, el lograr la satisfacción tanto de los empleados como de la comunidad en la cual la empresa lleva a cabo sus actividades, por ende, es común asociar esto con los objetivos personales de la empresa, sin embargo, si se habla de la administración hotelera desde un punto de vista financiero, generalmente el mismo resulta tener una relevancia mucho menores cuando a la maximización de los precios correspondientes a las acciones.

2.2.1.1.3 Alojamiento de calidad

El cliente al llegar a un establecimiento de servicio, obviamente necesita o desea un servicio, pero sobre todo busca felicidad, seguridad, confort de habitaciones y áreas del hotel. Cualquier técnica o ciencia aplicada a la dirección hotelera no sería efectiva si no se logra entender por todos los trabajadores la necesidad de lograr el servicio de excelencia.

Fundamentar la importancia de la calidad de las habitaciones y la necesidad de lograr el servicio de excelencia, es de vital importancia para fidelizar la clientela y lograr clientes satisfechos de verdad.

En el turismo de calidad y servicio son dos categorías que tienen una importancia de primer orden y poseen una relación estrecha, que pudiera dar la impresión de que se trata de lo mismo, pero existen diferencias marcadas entre ellas que no debemos olvidar.

La calidad, como la belleza, depende del cristal con que se mira. En el caso del turismo, el producto es con frecuencia intangible y la

calidad no resulta aparente o visible hasta después de haberlo consumido. El consumidor no tiene la posibilidad de devolver el producto si la calidad es inferior a la esperada. La producción y el consumo coinciden a menudo en el tiempo ante los ojos de los consumidores, que se encuentran presentes durante el proceso.

En cuanto al servicio la Enciclopedia de Turismo refiere: Engloba las situaciones de interacción entre los proveedores de servicios, normalmente los empleados de una instalación o establecimiento, y sus clientes. Una descripción más amplia incluiría todos los elementos que entran a formar parte de un paquete tal como sucede en el hotel, una compleja combinación de productos y servicios.

La prestación del servicio puede implicar, como en el caso de turismo, la creación de una ambientación para el cliente: hoteles, centros de recreación, restaurantes, pero también hay servicios tangibles: restauración, limpieza, recepción, un espectáculo cultural, y otros. El producto turístico, por sus características, integra diferentes categorías de servicios interrelacionadas.

Según Soler, O (2004), se pueden identificar cinco principios del servicio:

1. Escuchar a los clientes.
2. Definir el principio que va a prestar.
3. Establecer parámetros y medir rendimientos.
4. Seleccionar y capacitar a sus empleados.
5. Reconocer y recompensar los buenos resultados.

La limpieza y preparación de una habitación de Salida es especialmente importante, ya que el nuevo huésped estará dispuesto a una experiencia agradable, que no debemos defraudar. Los clientes se forman ideas inmediatas en el momento que entran a la instalación. Estas impresiones se acentúan y confirman o

desaparecen en el recorrido que hacen desde la Recepción hasta el ascensor, y luego a lo largo del pasillo hasta su habitación.

Hoy en día el concepto de calidad ha dado un gran giro, el cliente define cuáles son sus necesidades y el productor tiene que buscar conocer cuáles son esas necesidades y satisfacerlas. Existen diferentes niveles de exigencias para cada producto o servicio, una calidad para cada necesidad. Realizando un análisis en esta dirección la calidad ya no solo es una propiedad del producto o servicio ajena a quién la va a consumir, sino que está orientada totalmente a las necesidades de ese consumidor.

Los clientes del presente son cada vez más exigentes y los proveedores deben cambiar para ajustarse a ello, agregando siempre mayor valor a los productos y servicios que venden. Los estudios de expertos de la calidad demuestran que los clientes de hoy desean la selección exacta de productos y servicios que contribuyan a ofrecerle la solución total que tienen en mente, tal como nos refiere; Santomá R. & Costa, G. (2009) en su tesis; Calidad de Servicio en la Industria Hotelera.

2.2.2. Bases Teóricas de la Variable Dependiente.

Dentro de la presente investigación conceptualizaremos aspectos que nos irán estableciendo como base para el desarrollo del tema tal es así que nuestra base teórica de la variable dependiente se centra en la satisfacción laboral que se pretende estudiar para lo cual establecemos los conceptos siguientes.

2.2.2.1. Satisfacción laboral.

La comprensión del comportamiento del individuo en la organización empieza con el repaso de las principales contribuciones de la psicología al comportamiento organizacional, para ello, se debe hacer referencia a algunos conceptos como a la

satisfacción laboral y las actitudes; Chiang M., & Martín M.J. & Núñez A. (2010).

A veces resulta difícil distinguir entre la motivación y la satisfacción laboral, debido a su estrecha relación. Lo mismo sucede entre la satisfacción con el trabajo y la moral del empleado; muchos autores emplean ambos términos como si fueran sinónimos. La satisfacción en el empleo designa, básicamente, un conjunto de actitudes ante el trabajo. Podemos describirla como una disposición psicológica del sujeto hacia su trabajo (lo que piensa de él), y esto supone un grupo de actitudes y sentimientos. De ahí que la satisfacción o insatisfacción con el trabajo dependa de numerosos factores como el ambiente físico donde trabaja, el hecho de que el jefe lo llame por su nombre y lo trate bien, el sentido de logro o realización que le procura el trabajo, la posibilidad de aplicar sus conocimientos, que el empleo le permita desarrollar nuevos conocimientos y asumir retos, etc.

Hay otros factores que, repercuten en la satisfacción y que no forman parte de la atmósfera laboral, pero que también influyen en la satisfacción laboral. Por ejemplo, la edad, la salud, la antigüedad, la estabilidad emocional, condición socio-económica, tiempo libre y actividades recreativas practicadas, relaciones familiares y otros desahogos, afiliaciones sociales, etc. Lo mismo sucede con las motivaciones y aspiraciones personales, así como con su realización, Chiang M., & Martín M.J. & Núñez A. (2010).

La satisfacción laboral ha sido definida como el resultado de varias actitudes que tiene un trabajador hacia su empleo, los factores concretos (como la compañía, el supervisor, compañeros de trabajo, salarios, ascensos, condiciones de trabajo, etc.) y la vida en general. De modo que la satisfacción laboral es el conjunto de actitudes generales del individuo hacia su trabajo. Quien está muy satisfecho con su puesto tiene actitudes positivas hacia éste; quien está insatisfecho, muestra en cambio, actitudes negativas. Cuando

la gente habla de las actitudes de los trabajadores casi siempre se refiere a la satisfacción laboral; de hecho, es habitual utilizar una u otra expresión indistintamente; Robbins, (1998).

Asimismo, las actitudes son afirmaciones de valor favorable o desfavorable acerca de objetos, gente o acontecimientos. Muestran cómo nos sentimos acerca de algo. Cuando digo «me gusta mi empleo», estoy expresando mi actitud hacia el trabajo. Cada individuo puede tener cientos de actitudes, pero el comportamiento organizacional se concentra en el muy limitado número de las que se refieren al trabajo. La satisfacción laboral y el compromiso con el puesto (el grado en que uno se identifica con su trabajo y participa activamente en él) y con la organización (indicador de lealtad y la identificación con la empresa). Con todo, el grueso de la atención se ha dirigido a la satisfacción laboral.

2.2.2.1.1. Satisfacción

Las variables en el trabajo determinan la satisfacción laboral. Las evidencias indican que los principales factores son un trabajo intelectualmente estimulante, recompensas equitativas, condiciones favorables de trabajo y colegas cooperadores.

Los trabajadores tienden a preferir puestos que les brinden oportunidades de aplicar sus habilidades y capacidades y ofrezcan una variedad de tareas, libertad y retroalimentación sobre qué tan bien lo están haciendo, características que hacen que el trabajo posea estímulos intelectuales. Los puestos que tienen pocos retos provocan fastidio, pero demasiados retos causan frustración y sentimientos de fracaso. En condiciones moderadas, los empleados experimentarán placer y satisfacción.

Los empleados quieren sistemas de pagos y políticas de ascensos que les parezcan justos, claros y congruentes con sus expectativas. Cuando el salario les parece equitativo, fundado en las exigencias

del puesto, las habilidades del individuo y el nivel de los sueldos del lugar, es muy probable que el resultado sea la satisfacción. Del mismo modo, quienes creen que las decisiones sobre los ascensos se hacen en forma honesta e imparcial, tienden a sentirse satisfechos con su trabajo.

Los empleados se preocupan por el ambiente laboral tanto en lo que respecta a su bienestar personal como en lo que concierne a las facilidades para realizar un buen trabajo. Prefieren los entornos seguros, cómodos, limpios y con el mínimo de distracciones. Por último, la gente obtiene del trabajo algo más que sólo dinero o logros tangibles: para la mayoría, también satisface necesidades de trato personal. Por ende, no es de sorprender que tener compañeros que brinden amistad y respaldo también aumente la satisfacción laboral; Robbins, (1998).

Como se ha visto, la índole del trabajo y del contexto o situación en que el empleado realiza sus tareas influye profundamente en la satisfacción personal. Si se rediseña el puesto y las condiciones del trabajo, es posible mejorar la satisfacción y productividad del empleado. Así pues, los factores situacionales son importantes, pero también hay otros de gran trascendencia: sus características personales. En la satisfacción influye el sexo, la edad, el nivel de inteligencia, las habilidades y la antigüedad en el trabajo. Son factores que la empresa no puede modificar, pero sí sirven para prever el grado relativo de satisfacción que se puede esperar en diferentes grupos de trabajadores, Chiang M., & Martín M.J. & Núñez A. (2010).

¿Qué es la satisfacción del cliente?

La satisfacción del cliente se ve determinada por lo que el cliente tuvo que ceder o sacrificar (dinero, tiempo, etc.) a cambio del servicio. La satisfacción entonces se vuelve una respuesta emocional del consumidor derivada de la comparación de las

recompensas (percepción de la calidad del servicio, percepción de los tangibles en el servicio, etc.) y costos con relación a las expectativas.

Así la percepción de la calidad del servicio es un componente más que repercute en la satisfacción del cliente. La calidad en el servicio prestado se enfoca prácticamente en las dimensiones del servicio, mientras la satisfacción es un concepto más amplio que no solo se ve afectado por las recompensas, sino también por factores personales y situacionales que escapan del control del prestador del servicio.

Imaginémonos en un restaurante de comida rápida a la hora de tu almuerzo. Suelen visitar ese restaurante por su calidad en el servicio y la satisfacción que ello conlleva. Te toman la orden con un saludo afable y en poco tiempo. Acabas de pagar en caja, cuando ya tienen lista tu orden con tus papas, aderezos y bebida. La hamburguesa en su temperatura adecuada y buen sabor y si bien pagaste unos cuantos soles más que la hamburguesa promedio, pero el precio siempre se ve recompensado con la calidad de la atención y de la hamburguesa. Pero, ¿qué pasa si previo al almuerzo tu jefe te llama la atención y de paso saliste tarde a comer por entregarle un reporte? de paso debes volver pronto para revisar el reporte con él. Un buen servicio, una buena hamburguesa: la misma calidad de servicio que te hace volver, pero esta vez hubo una ausencia de satisfacción por un factor personal que fue el estado de ánimo que no te permitió disfrutar de la experiencia de servicio.

Pensemos ahora esa misma experiencia, pero sin el tema de que tu jefe te llama la atención y sustitúyelo con la situación que el aire acondicionado no funcionaba y que adentro del local hace un calor desesperante. En esta ocasión un factor situacional influyó en tu ausencia de satisfacción.

2.2.2.1.1.1. Productividad.

Pocos temas han atraído tanto interés de los estudiosos del comportamiento organizacional como la relación entre la satisfacción y productividad. La pregunta habitual es si los trabajadores satisfechos son más productivos que los insatisfechos Carlos, G. (2012). Se entiende la productividad como la medida de qué tan bien funciona el sistema de operaciones o procedimientos de la organización. Es un indicador de la eficiencia y competitividad de la organización o de parte de ella Carlos, G. (2012).

En las décadas de 1950 y 1960 hubo una serie de análisis que abarcaron docenas de estudios realizados para establecer la relación entre satisfacción y productividad. Estos análisis no encontraron una relación consistente. Sin embargo, en la década de 1990, aunque los estudios distan mucho de ser claros, sí se pueden obtener algunos datos de la evidencia existente.

Las primeras teorías de la relación entre la satisfacción y el rendimiento quedan resumidas, en esencia, en la afirmación de que un trabajador contento es un trabajador productivo. Gran parte del paternalismo de los administradores de las décadas de 1930, 1940 y 1950 (que formaban equipos de boliche y uniones de crédito, organizaban días de campo, proporcionaban asesoría a los empleados y capacitaban a los supervisores para que desarrollaran su sensibilidad a los intereses de sus subordinados) pretendían que los trabajadores estuvieran contentos.

Sin embargo, creer en la tesis del trabajador contento tenía más bases en ilusiones vanas que en pruebas sólidas. El análisis minucioso de las investigaciones indicaba que, en el supuesto de que exista una relación positiva entre la satisfacción y la productividad, la correlación suele ser baja, del orden del 0,14. Sin embargo, la inclusión de las variables moderadoras ha incrementado la correlación. Por ejemplo, la relación es más fuerte

cuando la conducta del empleado no está sujeta a límites ni controles de factores externos.

La productividad del empleado en trabajos sujetos al ritmo de una máquina dependerá mucho más de la velocidad de la máquina que de su grado de satisfacción. Asimismo, la productividad del corredor de bolsa es limitada por los movimientos generales del mercado accionario, cuando el mercado se mueve al alza y el volumen es alto, los corredores satisfechos y los insatisfechos obtendrán muchas comisiones. Por el contrario, cuando el mercado está hacia la baja, la satisfacción del corredor no importa gran cosa.

Al parecer, el nivel del puesto, también es una variable moderadora importante. La correlación entre satisfacción y rendimiento es más sólida en el caso de empleados que están en niveles más altos. Por consiguiente, podemos esperar que la relación sea más relevante en el caso de profesionales que ocupan puestos de supervisión y administración.

Otro punto de interés para el tema de la satisfacción-productividad es la dirección de la causalidad. La mayor parte de los estudios de la relación partían de diseños que no podían demostrar la causa y el efecto. Los estudios que han controlado esta posibilidad indican que la conclusión más válida es que la productividad conduce a la satisfacción y no a la inversa. Si se realiza un buen trabajo, se obtendrá una sensación intrínseca de bienestar. Además, en el supuesto de que la organización recompense la productividad, la persona con mucha productividad obtendrá más reconocimiento verbal, así como mayor sueldo y probabilidad de ascenso. A su vez estas recompensas incrementan el grado de satisfacción laboral; Carlos, G. (2012).

En contraposición a las afirmaciones anteriores, Carlos, G. (2012) plantea una relación muy importante entre la satisfacción laboral y la productividad, él dice: «por satisfacción se entiende la actitud

general que adoptamos frente a nuestro trabajo, cuando hemos podido resolver nuestra necesidad fundamental y tenemos conciencia de ello, en tal sentido, los trabajadores necesitan que se les respete y se les trate dignamente. Necesitan ganar lo suficiente para vivir decorosamente, para alimentarse, vestirse y tener recreación, pero no sólo el individuo, sino también su familia. Necesitan que se les den condiciones de trabajo saludables, que se les brinde prestaciones sociales para la solución de problemas que se les presenta en sus hogares.

Los empleados necesitan aprender constantemente a trabajar mejor y ejercitar sus capacidades frente a responsabilidades crecientes. Necesitan que se les trate justa y equitativamente, que no haya favoritismos, ni trucos en la determinación de sueldos, salarios y compensaciones, que se premie el esfuerzo y el mérito. Todas estas necesidades son más o menos perentorias en operarios, empleados, profesionales, en usted y en mí.

La resultante final de la solución de las necesidades que se acaban de mencionar es el sentimiento de satisfacción y conciencia de esa satisfacción. Esto da libertad psicológica, permite que la gente se entregue a objetivos de superación en su propio trabajo. La actitud de satisfacción es condición necesaria para que el esfuerzo humano del trabajo se torne verdaderamente productivo.

Es un hecho que no trabajan bien quienes tienen la constante preocupación de deudas pendientes, malos tratos del jefe o

saben que están siendo atendidas adecuadamente sus propias necesidades, se está tranquilo y se trabaja mejor. Cuando el empleado sabe que las cosas marchan bien en el hogar y en el trabajo, que está progresando y que de sus propios esfuerzos depende que se avance, se empeña con tesón y ánimo, mejora la cantidad y calidad de su rendimiento en el trabajo.

El sentimiento y la conciencia de la satisfacción, no sólo son factores condicionales del mayor esfuerzo y del mejor rendimiento, sino también de dos vivencias fundamentales: la sensación del éxito individual, que contribuye a dar solidez y nuevos ímpetus a la personalidad, y la alegría en el trabajo, es el gran remedio contra la pequeñez de espíritu y la mezquindad, promotoras del odio al mérito ajeno y de envidias.

Es decir, que antes que la tecnología, capital, materias primas y edificios, en la industria trabaja un grupo humano, y la productividad depende de la eficiencia de ese grupo humano. El rendimiento del hombre en el trabajo es lo que técnicamente se conoce como la eficiencia o productividad. De la actitud adoptada por el trabajador frente a su propia labor, de la actitud de satisfacción o de insatisfacción depende en gran parte que la producción sea eficiente o deficiente, y la producción es la base de la vida social de los pueblos porque sin ella no hay empleo ni bienestar social.

Es un hecho observable que los trabajadores que se sienten satisfechos en su trabajo, sea porque se consideran bien pagados o bien tratados, sea porque ascienden o aprenden, son quienes producen y rinden más. A la inversa, los trabajadores que se sienten mal pagados, mal tratado, atascado en tareas monótonas, sin posibilidades de ampliar horizontes de comprensión de su labor, son los que rinden menos, es decir, son los más improductivos. Todos somos capaces de percibir claramente lo benéfico, agradable, y estimulante de estar en el trabajo con un grupo de personas que se llevan bien, que se comprenden, que se comunican, que se respetan, trabajan en armonía y cooperación. La buena atmósfera en el trato es indispensable para lograr un elevado rendimiento individual y colectivo de un grupo humano de trabajo, como lo es el oxígeno para el normal funcionamiento de los pulmones y de la respiración, lo cual se logra más que nada por una labor consiente de los jefes.

El planteamiento de Pinilla respecto a la relación entre satisfacción laboral y productividad puede tener sentido cuando se trata de reflexionar en términos de lo que el ser humano busca en el trabajo, pero al no existir sustento empírico, queda como una propuesta interesante, pero teórica.

2.2.2.1.1.2. Mejoría de la Satisfacción Laboral

Cuando un empleado o grupo de empleados se encuentra insatisfecho, el primer paso para mejorar la satisfacción debe ser determinar las razones. Puede haber una gran variedad de causas, tales como una pobre supervisión, malas condiciones de trabajo, falta de seguridad en el empleo, compensación inequitativa, falta de oportunidad de progreso, conflictos interpersonales entre los trabajadores, y falta de oportunidad para satisfacer necesidades de orden elevado. Para los empleados que desean desempeñarse bien en sus trabajos, la insatisfacción puede deberse a restricciones y demoras innecesarias, provisiones inadecuadas o equipo defectuoso. En el caso de los funcionarios, la insatisfacción puede resultar de una insuficiente autoridad para tratar sus problemas y llevar a cabo sus responsabilidades.

No siempre es fácil descubrir la causa de la insatisfacción del empleado. Los empleados pueden quedarse o presentar sus agravios acerca de un aspecto del trabajo, cuando en realidad es algo distinto lo que les molesta. Por ejemplo, pueden quejarse acerca de las condiciones de trabajo o la comida en la cafetería cuando el problema en realidad es de una supervisión desconsiderada. Los empleados pueden resistirse a revelar sus quejas reales si temen se ejerzan represalias por sus críticas. Cuando la insatisfacción se encuentra bien extendida entre los empleados, el uso de cuestionarios anónimos es un buen método para descubrir las razones, aunque aún este método puede fracasar si los empleados son muy suspicaces.

El método de la asesoría no directiva es efectivo algunas veces para el manejo de un empleado individual que se encuentra a disgusto respecto a alguna cosa. Aquí es importante descubrir si el empleado está insatisfecho con algún aspecto del trabajo o tiene algún problema personal no relacionado directamente con el empleo. El supervisor debe tratar inicialmente de conseguir que el empleado o la empleada hablen acerca de lo que les está molestando.

Debe ser cuidadoso para evitar hacer un diagnóstico o sugerir soluciones en ese momento, puesto que el empleado puede percibir esto como una crítica. En lugar de ello, el supervisor debe animar al empleado para que diagnostique el problema y presente algunas soluciones.

Este enfoque no directivo evita que el empleado se ponga a la defensiva, permite reducir su tensión dejándole hablar de sus problemas, y aumenta su autoestima permitiéndole desarrollar sus propios remedios, Carlos, G. (2012). No obstante, si el problema comprende a otros empleados o la solución requiere de cambio significativos en el puesto, el supervisor puede tomar un papel más activo en planear cómo tratar con el problema después de que el empleado ha tenido una oportunidad de hacer el diagnóstico inicial. Finalmente, es importante recordar que existen ciertas clases de problemas psicológicos en los cuales los supervisores no están entrenados. Cuando sea este el caso, el empleado debe ser referido a un consejero profesional; Carlos, G. (2012).

Al respecto, Carlos, G. (2012) opina que «es de capital importancia y responsabilidad de la dirección de las industrias y de los supervisores a todo nivel, investigar el estado de satisfacción o insatisfacción que prevalece en un centro de trabajo. Para ello debe investigarse las actitudes de trabajadores y directivos. Del éxito que se tenga en la obtención de un conocimiento objetivo del clima de actitudes determinantes de la satisfacción o insatisfacción del

personal, dependerá que la eficiencia de la producción, objetivo vital de toda empresa competitiva, obtenga el más decisivo, inmediato y directo estímulo».

Dirigir empresas es fundamentalmente capacitar y adiestrar personal, seleccionarlo y organizarlo, supervisarlo y motivarlo. Nada de esto se logra sin un conocimiento concreto del hombre y su conducta, del trabajador y del medio ambiente social en que vive y en el que labora. Para conducir personal y administrar empresas es menester conocer con profundidad los aspectos más reveladores de la conducta humana, los motivos que la impulsan a actuar en un sentido o en otro, las actitudes que predeterminan estos motivos, las opiniones, las ideas e incluso prejuicios. Es importante obtener no solamente que las condiciones en que se desarrolla el trabajo propicien la satisfacción del personal, sino que el personal sienta, experimente o viva dicha satisfacción.

Como se aprecia, el enfoque humanista de Pinilla es interesante y plantea la posibilidad de ubicarse en la perspectiva de los trabajadores y experimentar lo que sienten ante determinadas condiciones de trabajo favorables o desfavorables, y el modo en que tales condiciones pueden favorecer u obstaculizar el rendimiento laboral. Sin embargo, la limitación de la propuesta del autor es que adolece de respaldo empírico que permita formular algunas generalizaciones.

2.3. Definición de términos básicos

Alojamiento.

Alojamiento es la acción y efecto de alojar o alojarse (hospedar, aposentar, colocar una cosa dentro de otra). El uso más frecuente del término está vinculado al lugar donde las personas pernoctan o acampan, generalmente en medio de un viaje o durante las vacaciones. Los hoteles, los albergues y las posadas son tipos de alojamiento, Pérez, J. y Gardey, A. (2010)

Calidad.

El primer paso que se hace necesario llevar a cabo para poder determinar la esencia del concepto calidad que ahora nos ocupa es establecer su origen etimológico. En este sentido, tenemos que subrayar que el mismo se encuentra en la palabra latina *qualitas*, la cual a su vez procede del griego y más en concreto del término *ποιότης*. Pérez, J. y Gardey, A. (2010)

Colaboradores.

Colaboradores o Colaboración es la acción y efecto de colaborar. Este verbo refiere a trabajar en conjunto con otra u otras personas para realizar una obra. La colaboración, por lo tanto, es una ayuda que se presta para que alguien pueda lograr algo que, de otra manera, no hubiera podido hacer o le hubiera costado más. En este sentido, se puede colaborar con una anciana que necesita subir una escalera o con un no vidente que tiene que cruzar la calle. Pérez, J. y Gardey, A. (2010).

Gestión.

La noción de gestión, por lo tanto, se extiende hacia el conjunto de trámites que se llevan a cabo para resolver un asunto o concretar un proyecto. La gestión es también la dirección o administración de una compañía o de un negocio. Importante es subrayar que la gestión, que tiene como objetivo primordial el conseguir aumentar los resultados óptimos de una industria o compañía, depende fundamentalmente de cuatro pilares básicos gracias a los cuales puede conseguir que se cumplan las metas marcadas. Pérez, J. y Gardey, A. (2010).

Hotel.

El hotel es un edificio equipado y planificado para albergar a las personas de manera temporal. Sus servicios básicos incluyen una cama, un armario y un cuarto de baño. Otras prestaciones usuales son la televisión, una pequeña heladera (refrigerador) y sillas en el cuarto, mientras que otras instalaciones pueden ser de uso común para todos los huéspedes (como una piscina, un gimnasio o un restaurante).

Existen diversas clasificaciones de hoteles de acuerdo a las comodidades y servicios que brindan al viajero. La más usual está compuesta por estrellas: un hotel de cinco estrellas es el que ofrece el máximo nivel de confort. Al otro extremo, los hoteles de una estrella sólo brindan un servicio básico. Pérez, J. y Gardey, A. (2010).

Organización.

Una organización es un sistema diseñado para alcanzar ciertas metas y objetivos. Estos sistemas pueden, a su vez, estar conformados por otros subsistemas relacionados que cumplen funciones específicas.

En otras palabras, una organización es un grupo social formado por personas, tareas y administración, que interactúan en el marco de una estructura sistemática para cumplir con sus objetivos. Pérez, J. y Gardey, A. (2010).

Productividad.

La productividad es un concepto que describe la capacidad o el nivel de producción por unidad de superficies de tierras cultivadas, de trabajo o de equipos industriales. De acuerdo a la perspectiva con la que se analice este término puede hacer referencia a diversas cosas, aquí presentamos algunas posibles definiciones. En el campo de la economía, se entiende por productividad al vínculo que existe entre lo que se ha producido y los medios que se han empleado para conseguirlo (mano de obra, materiales, energía, etc.). La productividad suele estar asociada a la eficiencia y al tiempo: cuanto menos tiempo se invierta en lograr el resultado anhelado, mayor será el carácter productivo del sistema. Pérez, J. y Gardey, A. (2010).

Satisfacción.

Es la acción y efecto de satisfacer o satisfacerse. Este verbo refiere a pagar lo que se debe, saciar un apetito, sosegar las pasiones del ánimo, cumplir con ciertas exigencias, premiar un mérito o deshacer un agravio. La satisfacción, por lo tanto, puede ser la acción o razón con que se responde

a una queja o razón contraria. Por ejemplo: “Con esta entrega, hemos cumplido con la satisfacción de su pedido”, “Vamos a obsequiarle una camiseta para satisfacer sus requerimientos”, “La empresa invierte millones de dólares al año en la satisfacción de las necesidades de sus clientes”, “No hay satisfacción que valga para hacer olvidar este mal momento”. Pérez, J. y Gardey, A. (2010).

Servicio.

A nivel económico y en el ámbito del marketing, se suele entender por servicio a un cúmulo de tareas desarrolladas por una compañía para satisfacer las exigencias de sus clientes. De este modo, el servicio podría presentarse como un bien de carácter no material. Por lo tanto, quienes ofrecen servicios no acostumbran hacer uso de un gran número de materias primas y poseen escasas restricciones físicas. Así mismo, hay que resaltar que su valor más importante es la experiencia. Por otra parte, es necesario destacar que quienes proveen servicios integran el denominado sector terciario de la escala industrial. Pérez, J. y Gardey, A. (2010).

III. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Hipótesis de la investigación

3.1.1. Hipótesis General

La gestión hotelera influye directa y significativamente en la satisfacción laboral de los colaboradores de la minera Morococha. Provincia de Yauli. La Oroya. Región Junín. Perú. 2017

3.1.2. Hipótesis específicas

El servicio de calidad influye directa y significativamente en la satisfacción laboral de los colaboradores de la minera Morococha. Provincia de Yauli. La Oroya. Región Junín. Perú. 2017

La administración hotelera influye directa y significativamente en la satisfacción laboral de los colaboradores de la minera Morococha. Provincia de Yauli. La Oroya. Región Junín. Perú. 2017

El alojamiento de calidad influye directa y significativamente en la satisfacción laboral de los colaboradores de la minera Morococha. Provincia de Yauli. La Oroya. Región Junín. Perú. 2017

3.2. Variables de estudio

3.2.1. Definición conceptual

Variable Independiente: Gestión Hotelera.

La gestión hotelera es sin duda poder cumplir con la exigencia de la mayoría de los clientes, asegura que dichos servicios sean percibidos por todos los clientes conforme a los que los pueda satisfacer, por lo que necesitan un modelo para poder llevar a cabo la persecución a este objetivo fundamental. Benavides, C. (2012).

Variable Dependiente: Satisfacción Laboral

Es el grado de conformidad de a persona respecto a su entorno de trabajo. La satisfacción laboral incluye la consideración de la remuneración, el tipo de trabajo, las relaciones humanas, la seguridad, el bienestar, etc. Hannoun, G. (2011).

3.2.2. Definición operacional

Tabla N° 1

Definición operacional.

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
Gestión Hotelera	Servicio de calidad	Desarrolla un servicio de calidad	1. ¿Recibes un servicio de calidad en el hotel de la empresa?
			2. ¿El trato y la atención que recibes es de mucha cordialidad?
			3. ¿La alimentación que te ofrecen en el hotel es saludable y del día?
			4. ¿Te sientes satisfecho con todo lo que el hotel ofrece a comensales?
	Administración hotelera	Desarrolla la conducción y dirección de la organización	5. ¿Estas satisfecho de la forma como se está administrando el hotel de la empresa?
			6. ¿Una administración directa y no concesionada mejoraría el servicio hotelero en la empresa?
			7. ¿Se debe exigir experiencia comprobada en administración hotelera a los concesionarios?
			8. ¿Has tenido dificultades de índole administrativo durante tu estadía en el hotel de la empresa?
	Alojamiento de calidad	Desarrolla servicio de alojamiento de calidad	9. ¿El servicio de alojamiento que recibes es de calidad?
			10. ¿La higiene y limpieza en tu alojamiento es de tu completo agrado?
			11. ¿Si tienes alguna dificultad con tu alojamiento la solución es de inmediata de parte de la administración?
			12. ¿Te sientes satisfecho con el servicio de alojamiento que recibes de tu empresa?
Satisfacción Laboral	Satisfacción	Cumplimiento de seguridad laboral	13. ¿Está satisfecho con las relaciones humanas que existen entre los miembros del grupo y con sus superiores en tu centro laboral?
			14. ¿Mis compañeros de trabajo y yo estamos comprometidos a hacer un trabajo de calidad?
			15. ¿Según la misión o propósito de mi empresa, mis superiores me hacen sentir que mi trabajo es importante?

			16. ¿En mi área de trabajo, me permiten realizar mis actividades con lo mejor que hago todos los días?
			17. ¿Recibes capacitación laboral sobre las funciones que desarrollas en tu centro de trabajo por parte de tu empleador?
			18. ¿Los aportes o sugerencia de mejora laboral que realizas es aceptado con mucho agrado y es aplicado en tu centro laboral?
		Cumplimiento de condiciones de trabajo	19. ¿Tengo los materiales y el equipo para hacer mi trabajo?
			20. ¿Mi supervisor o compañeros del trabajo, se preocupan por mí como persona?
			21. ¿Los ingresos percibes por tu trabajo, te permite satisfacer tus necesidades personales y familiares?
			22. ¿En la empresa que laboras te dan la oportunidad de desarrollarte laboralmente y crecer?
			23. ¿Recibes reconocimientos o eres motivado cada vez que alcanzas tus metas laborales por parte de la empresa?
			24. ¿Cuentas con todos los beneficios de ley y con una seguridad laboral por un periodo considerable que te da la tranquilidad para tu desarrollo laboral?

Fuente: Elaboración propia.

Variable Independiente: Gestión Hotelera.

La gestión hotelera radica en brindar una administración hotelera que brinda un servicio de calidad en el alojamiento.

Variable Dependiente: Satisfacción Laboral

La satisfacción laboral de nuestros colaboradores radica en generación de un ambiente laboral.

3.3 Tipo y nivel de la investigación

La presente tesis de investigación responde a la investigación Explicativa. Porque explicaremos la manera como se viene desarrollando las variables y que estas responden a nuestro propósito de investigación, También aplicaremos la Correlación entre ambas variables para determinar al grado de relación que existe entre ambas variables planteadas.

Este tipo de investigación explicativa nos indica según Hernández (2001). En la que manifiesta que, son más estructuradas que los otros tipos de investigación y que abarca en su propósito la exploración, la descripción y correlación con lo cual permite generar un sentido de entendimiento más completo.

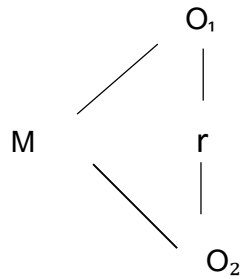
3.4. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación que se empleó en la presente tesis fué la investigación no experimental es aquella en que se realiza y no se manipula libremente las variables.

Es la investigación donde no se hace variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hace es que la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.

Tal como señala Kerlinger (1979, p. 116). “La investigación no experimental o ex-post-facto es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones”. De hecho, no hay condiciones o estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural, en su realidad.

En la presente investigación se aplicó el diseño no Experimental en donde luego correlacionamos ambas variables para ello se utilizó la fórmula siguiente; según Hernández (2001), donde:



Donde:

M = Muestra.

O₁ = Variable 1

O₂ = Variable 2.

r = Relación de las variables.

Método de Investigación

La metodología que se aplicó fue el Método Cuantitativo.

Porque se utilizó la recolección y el análisis de datos para contestar las preguntas de la investigación y probar las hipótesis previamente hechas, confiando en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud los patrones de comportamiento de la población, fuente de información; Hernández, Fernández y Baptista (2003 p. 5).

3.5. Población y muestra de estudio

3.5.1. Población.

El estudio se realizó en la Minera Chinalco S.A. ubicado en el distrito de Morococha, Provincia de la Oroya, Región Junín, la población se considera finita y accesible y está conformada por un total de 3500 Trabajadores de la Minera Chinalco S.A que son 1750 trabajadores estables, 1000 trabajadores contratados y Staff entre otros 750 que prestan sus servicios en la minera.

3.5.2. Muestra.

La muestra que se utilizó para la investigación fué de 350 trabajadores de la minera Chinalco S.A.

La muestra en este caso fué No Probabilística Intencionada, dicha representatividad se dio en base a una opinión o intención particular de quien selecciona la muestra.

$$\frac{N-n}{(N-1)k^2+1}$$

$$f = \frac{n}{N}$$

Al efecto se aplicó el muestreo sistemático.

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.6.1 Técnicas de Recolección de Datos.

En esta fase de la investigación se utilizó la técnica de encuesta, mediante el instrumento del cuestionario, la cual se determinó la herramienta a emplear por el investigador, pertinente al estudio en cuestión:

Técnica de encuesta; es un conjunto de preguntas estructuradas y enfocadas que se contestan con lápiz y papel, el cuestionario estuvo combinado con preguntas cerradas, cerradas al final abiertas, abiertas y de grados o escalas. De la misma forma, si hay que emplear los test y la sociometría, hay que describirlos indicando sus objetivos.

3.6.2. Instrumentos de Recolección de Datos.

El Cuestionario

El instrumento que se utilizó en la presente investigación es el cuestionario que es un procedimiento considerado clásico en las ciencias sociales para la obtención y registro de datos. Su utilidad permite utilizarlo como instrumento de investigación y como instrumento de evaluación de personas, procesos y programas de formación como es nuestro caso que obtuvimos información de nuestros colaboradores de la Minera Chinalco S.A. Es una técnica de evaluación que puede abarcar aspectos

cuantitativos y cualitativos. Su característica singular radica en que, para registrar la información solicitada a los mismos sujetos, ésta tiene lugar de una forma menos profunda e impersonal, que el "cara a cara" de la entrevista. Al mismo tiempo, permite consultar a una población amplia de una manera rápida y económica, según García, T. (2003).

3.6.2.1. Confiabilidad del Instrumento

Tabla N° 2

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
99.30%	24

Fuente: Elaboración propia SPSS.

El coeficiente Alfa obtenido $\alpha=99.30\%$ lo cual nos permitió decir que el cuestionario en su versión de 24 ítems tiene una fuerte confiabilidad o una alta consistencia interna entre los ítems.

Existe la posibilidad de determinar si al excluir algún ítem o pregunta de la encuesta aumente o disminuya el nivel de confiabilidad interna que presenta el test, esto nos ayudó a mejorar la construcción de las preguntas u oraciones que se utilizó para capturar la opinión o posición que tiene cada individuo.

3.6.2.2. Validez del instrumento

La validación del instrumento se dio mediante la medición a través de juicio de expertos; con la aprobación del Evaluador, docente Metodológico: Mg. Ing. Edmundo José Barrantes Ríos con DNI 25651955, y el evaluador, Docente Temático: Mg. Víctor Manuel Miguel De Priego Carbajal Con DNI: 06722070, quienes dieron Fe de la adecuada elaboración del instrumento.

La validación a través de juicio de expertos se encuentra como anexo de la presente investigación.

Tabla N° 3

Resultados de evaluación de expertos del instrumento de investigación.

EXPERTOS	GRADO ACADÉMICO	OPINIÓN
Mg. Ing. Edmundo Barrantes Ríos	Magister Ingeniero	Aplicable
Mg. Víctor Manuel Miguel de Priego Carbajal	Magister Ingeniero	Aplicable

Fuente: Ficha de opinión de expertos

3.6.3. Validación y confiabilidad del instrumento

Para la validación del instrumento de medición se utilizó la validez de contenido; al respecto Mucha (2011) refiere que en la validez de contenido lo que hacemos es evaluar si los ítems que hemos usado para construir el test son relevantes para el uso que se le va a dar al test, asimismo; Hernández (2010) plantea la siguiente pregunta respecto a la validez ¿está midiendo lo que cree que está midiendo? Si es así, su medición es válida, sino evidentemente carece de validez.

Este tipo de validez enjuicia lo apropiado del instrumento y de las inferencias extraídas de las puntuaciones, esta validación se realizó por opinión de juicio de expertos, en el cuadro se mencionan a los profesionales que emitieron su juicio de valoración.

3.7. Métodos de análisis de datos

En la presente investigación se hizo uso del método científico desde la perspectiva del enfoque cuantitativo pues bien concreta un conjunto de trámites frases o etapas utilizando el sistema SPSS, el proceso va a ser manual y computarizado, los datos se digitalizaron en Excel y procesaron de acuerdo a las formulas estadísticas del SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).

Según Miguel Rodríguez Sosa (1994:52) el método científico Comprende:

a. Los datos recopilados serán representados mediante cuadros y gráficos.

b. Los datos se analizarán mediante:

La media aritmética: Fue de utilidad para comparar los promedios de los resultados obtenidos. La fórmula utilizada fue la siguiente.

Desviación estándar: Nos permitió determinar cuánto tienden a alejarse los valores puntuales del promedio de la distribución de los resultados obtenidos:

$$S = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^N (X_i - \bar{X})^2}{N}}$$

t de Student: Se utilizó para realizar la contrastación de la hipótesis para una muestra de 350 personas entre colaboradores estables, contratados y staff, todos trabajadores de la Minera Chinalco S.A.

$$T = \frac{X_1 - X_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}} \sqrt{\frac{n_1 + n_2}{n_1 + 1}}$$

3.8. Aspectos éticos

Los colaboradores de la Minera Chinalco son personas que vienen a laborar en esta empresa minera de diferentes localidades de nuestro país, por lo que tienen que aprender a convivir en esta localidad y dentro de las instalaciones de la minera, por lo que es muy primordial el servicio de alimentación y hospedaje para cada trabajador, razón por lo que la presente tesis se desarrolló con cada uno de ellos mediante las encuestas que se les aplico a cada uno de ellos, de los cuales obtuvimos respuestas de su propia vivencia dentro de las instalaciones de la minera y de la misma forma el trato que reciben de la empresa, porque de ello radica el rendimiento

laboral y por consiguiente la satisfacción de los trabajadores, por ello consideramos que la información que presentamos tiene sustento técnico por ser resultados obtenidos de los propios beneficiarios del servicio hotelero, por ello demostraremos cuán importante es una buena gestión hotelera para una buena satisfacción laboral.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados

En este capítulo se muestran los resultados obtenidos producto del análisis de los resultados obtenidos

4.1.1 Solución Estadística

Descripción y Análisis Estadístico

Los resultados se presentarán de acuerdo a las dimensiones de cada una de las variables. Comenzaremos explicando los resultados de la variable **Gestión Hotelera**.

Tabla N° 4

Gestión Hotelera

Nivel alcanzado en Gestión Hotelera, recibida por los colaboradores de la Minera Chinalco S.A

GESTIÓN HOTELERA		
ATRIBUTOS	Fi	%
NUNCA	12	0%
CASI NUNCA	55	2%
A VECES SI A VECES NO	564	16%
CASI SIEMPRE	839	23%
SIEMPRE	2130	59%
TOTAL	3600	100%

Fuente: Elaboración propia en SPSS

En la tabla podemos observar el nivel alcanzado por la población encuestada en lo que refiere a Gestión Hotelera en la minera donde 59% de ellos opinan siempre y 23% casi siempre. En conclusión, 2969 respuestas de la población de la minera Chinalco han respondido que se desarrolla adecuadamente la gestión hotelera.

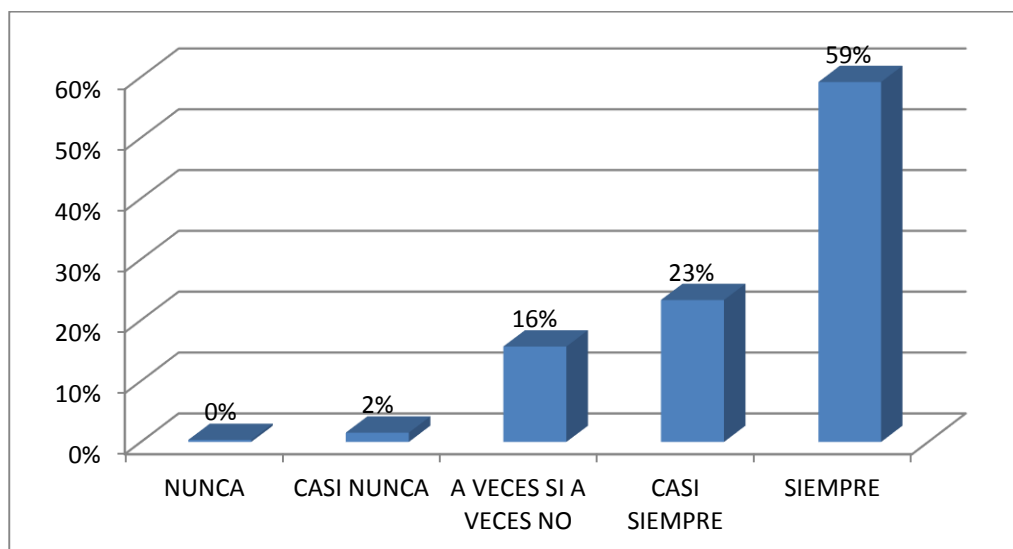


Figura 1. Gestión Hotelera. Nivel alcanzado en Gestión Hotelera recibida por los colaboradores de la Minera Chinalco S.A

Tabla N° 5

Servicio de Calidad

Nivel alcanzado en Servicio de Calidad por los colaboradores de la Minera Chinalco S.A

SERVICIO DE CALIDAD		
ATRIBUTOS	Fi	%
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	7	1%
A VECES SI A VECES NO	224	19%
CASI SIEMPRE	259	22%
SIEMPRE	710	59%
TOTAL	1200	100%

Fuente: Elaboración propia en SPSS

En la tabla podemos observar el nivel alcanzado por la población encuestada en lo que refiere a Servicio de Calidad de la minera donde 59% de ellos opinan siempre y 22% casi siempre. En conclusión, 969 respuestas de la población han respondido que existe servicio de calidad en el hotel de la minera Chinalco, por lo que reciben trato con cordialidad, alimentos saludables y finalmente se sienten satisfechos.

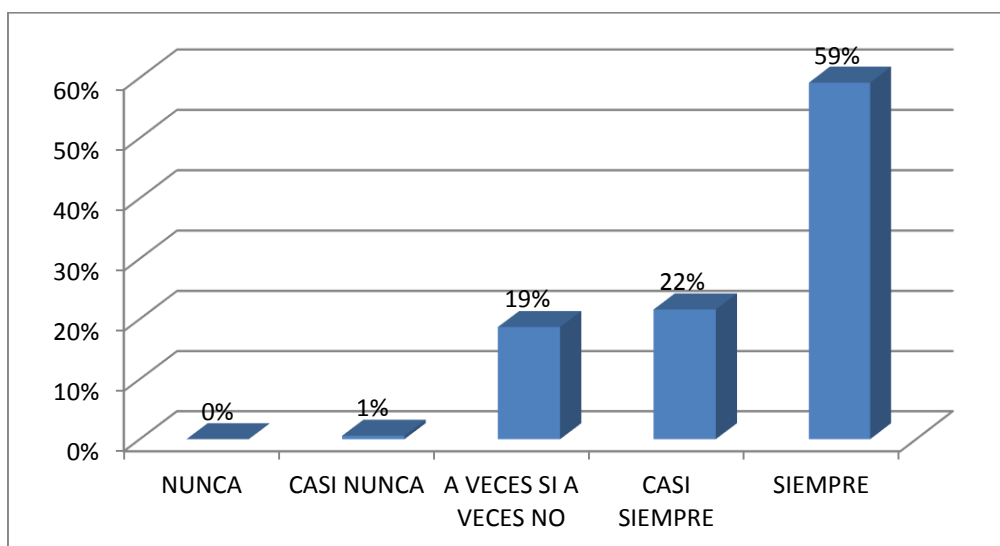


Figura 2. Servicio de Calidad. Nivel alcanzado en Servicio de Calidad por los colaboradores de la Minera Chinalco S.A

Tabla N° 6

Administración Hotelera

Nivel alcanzado en Administración Hotelera por los colaboradores de la Minera Chinalco S.A

ADMINISTRACIÓN HOTELERA		
ATRIBUTOS	Fi	%
NUNCA	12	1%
CASI NUNCA	48	4%
A VECES SI A VECES NO	222	19%
CASI SIEMPRE	231	19%
SIEMPRE	687	57%
TOTAL	1200	100%

Fuente: Elaboración propia en SPSS

En la tabla podemos observar el nivel alcanzado por la población encuestada en lo que refiere a Administración Hotelera de la minera donde 57% de ellos opinan siempre y 19% casi siempre. En conclusión, 918 respuestas de la población han respondido que existe una Administración Hotelera eficiente en el hotel de la minera Chinalco, por lo que están satisfecho.

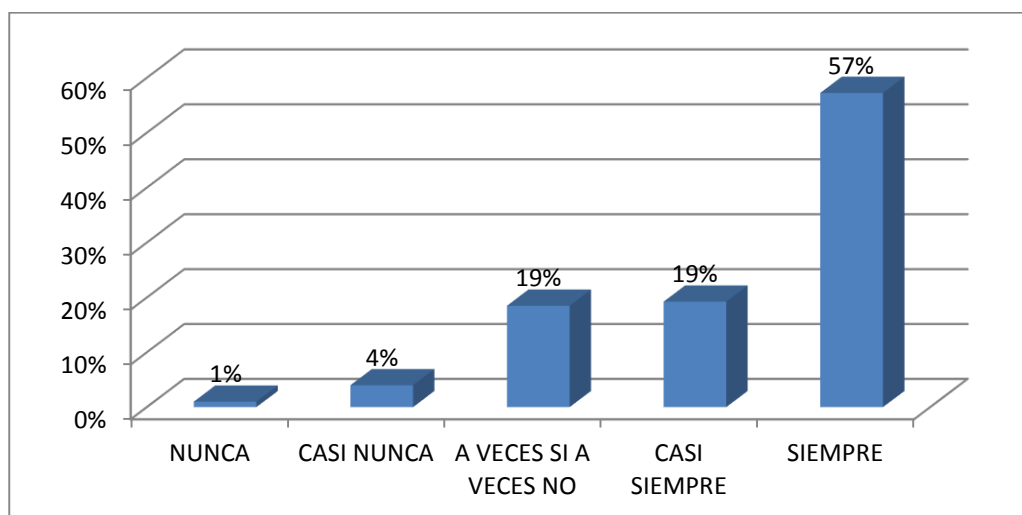


Figura 3. Administración Hotelera. Nivel alcanzado en Administración Hotelera por los colaboradores de la Minera Chinalco S.A

Tabla N° 7

Alojamiento de Calidad

Nivel alcanzado en Alojamiento de Calidad recibida por los colaboradores de la Minera Chinalco S.A

ALOJAMIENTO DE CALIDAD		
ATRIBUTOS	Fi	%
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES SI A VECES NO	118	10%
CASI SIEMPRE	349	29%
SIEMPRE	733	61%
TOTAL	1200	100%

Fuente: Elaboración propia en SPSS

En la tabla podemos observar el nivel alcanzado por la población encuestada en lo que refiere a Alojamiento de Calidad de la minera donde 61% de ellos opinan siempre y 29% casi siempre. En conclusión, 1082 respuestas de la población han respondido que existe un Alojamiento de Calidad de la minera Chinalco, por lo que están satisfecho de recibir un servicio de alojamiento de calidad, buen servicio de limpieza, higiene, es agradable, buscando solución inmediata de ser necesario y finalmente se sienten satisfechos.

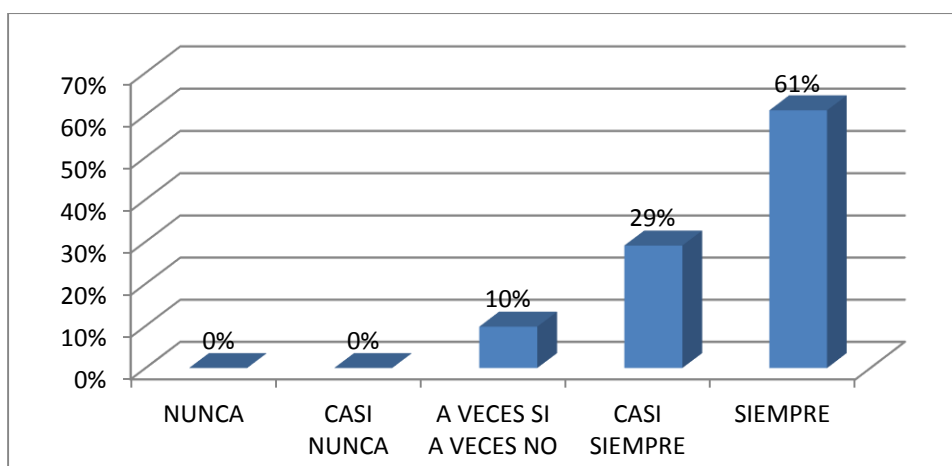


Figura 4. Alojamiento de Calidad. Nivel alcanzado en Alojamiento de Calidad recibida por los colaboradores de la Minera Chinalco S.A

Tabla N° 8

Cumplimiento de Seguridad Laboral

Nivel alcanzado en Cumplimiento de Seguridad Laboral recibida por los colaboradores de la Minera Chinalco S.A

CUMPLIMIENTO DE SEGURIDAD LABORAL		
ATRIBUTOS	Fi	%
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES SI A VECES NO	68	4%
CASI SIEMPRE	531	30%
SIEMPRE	1201	67%
TOTAL	1800	100%

Fuente: Elaboración propia en SPSS

En la tabla podemos observar el nivel alcanzado por la población encuestada en lo que refiere a Cumplimiento de Seguridad Laboral de la minera donde 67% de ellos opinan siempre y 30% casi siempre. En conclusión, 1732 respuestas de la población han respondido que existe un Cumplimiento de Seguridad Laboral de la minera Chinalco, por lo que están satisfecho de que existe compromiso laboral, buenas relaciones humanas, la importancia de mi trabajo, sentirme bien en mi trabajo, recibir capacitación laboral y finalmente se sienten satisfechos.

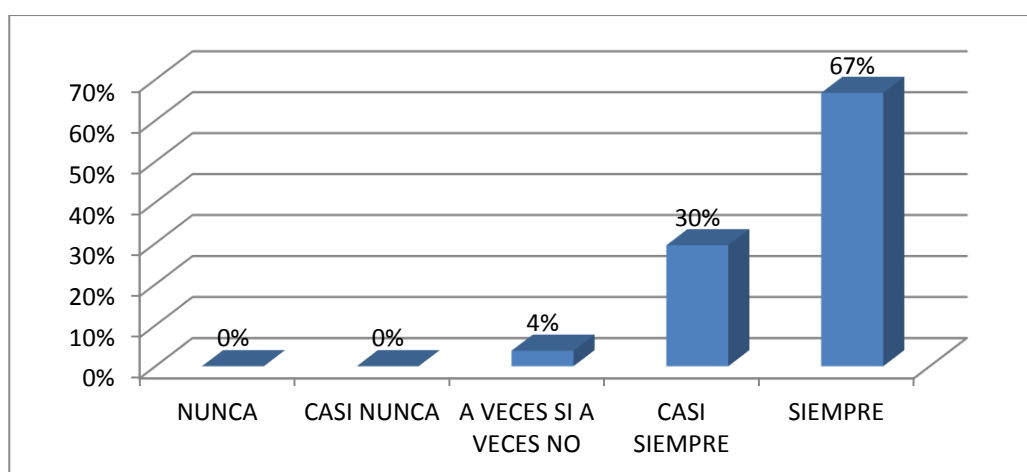


Figura 5. Cumplimiento de Seguridad Laboral. Nivel alcanzado en Cumplimiento de Seguridad Laboral recibida por los colaboradores de la Minera Chinalco S.A

Tabla N° 9

Cumplimiento de Condiciones de Trabajo

Nivel alcanzado en Cumplimiento de Condiciones de Trabajo Laboral recibida por los colaboradores de la Minera Chinalco S.A

CUMPLIMIENTO DE CONDICIONES DE TRABAJO		
ATRIBUTOS	Fi	%
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	2	0%
A VECES SI A VECES NO	131	7%
CASI SIEMPRE	465	26%
SIEMPRE	1202	67%
TOTAL	1800	100%

Fuente: Elaboración propia en SPSS

En la tabla podemos observar el nivel alcanzado por la población encuestada en lo que refiere a Cumplimiento de Condiciones de Trabajo de la minera donde 67% de ellos opinan siempre y 26% casi siempre. En conclusión, 1667 respuestas de la población han respondido que existe un Cumplimiento de condiciones de trabajo de la minera Chinalco, por lo que están satisfecho de que exista relaciones humanas entre compañeros de trabajos, compromisos con el trabajo de calidad, el trabajo que realizan es importante, recibir capacitación laboral y finalmente se sienten satisfechos.

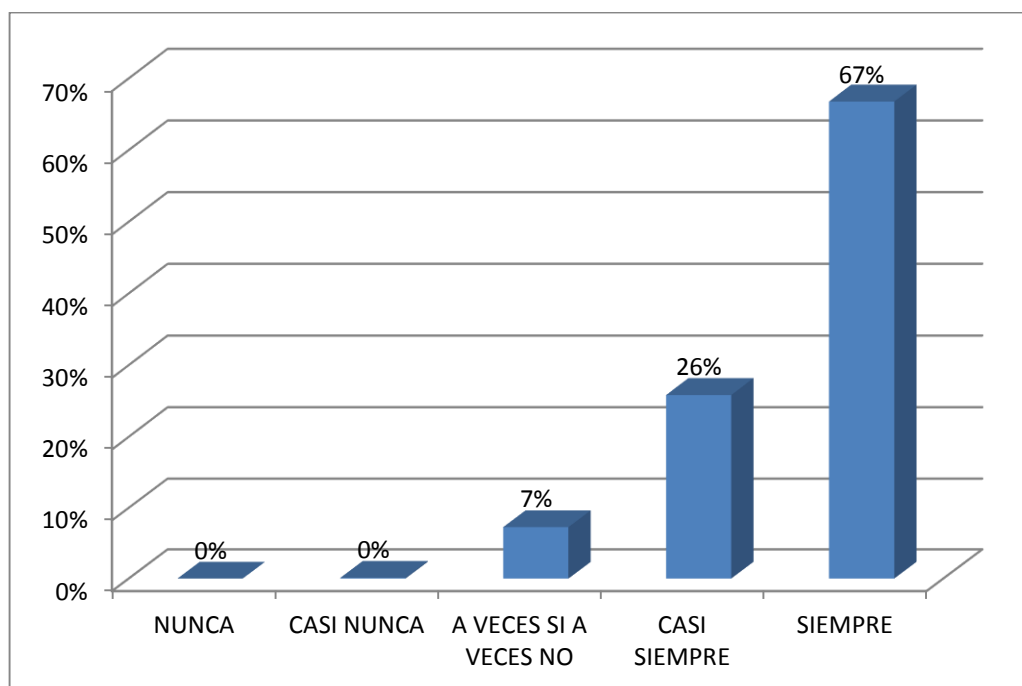


Figura 6. Cumplimiento de Condiciones de Trabajo. Nivel alcanzado en Cumplimiento de Condiciones de Trabajo Laboral recibida por los colaboradores de la Minera Chinalco S.A

4.1.2. Contrastación de las hipótesis

La contrastación de la hipótesis general y las hipótesis específicas se contrastan asumiendo los resultados presentados antes. Esto dependerá del tipo de la investigación.

Tabla N° 10

MATRIZ DE INFLUENCIAS ENTRE LA VARIABLE INDEPENDIENTE Y DEPENDIENTE

		SERVICIO DE CALIDAD	ADMINISTRACIÓN HOTELERA	ALOJAMIENTO DE CALIDAD	CUMPLIMIENTO DE SEGURIDAD LABORAL	CUMPLIMIENTO DE CONDICIONES DE TRABAJO
DIMENSIONES DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE Y DEPENDIENTE	SERVICIO DE CALIDAD	1,000	,945	,920	,805	,853
	ADMINISTRACIÓN HOTELERA	,945	1,000	,913	,854	,865
	ALOJAMIENTO DE CALIDAD	,920	,913	1,000	,823	,882
	CUMPLIMIENTO DE SEGURIDAD LABORAL	,805	,854	,823	1,000	,943
	CUMPLIMIENTO DE CONDICIONES DE TRABAJO	,853	,865	,882	,943	1,000
Sig. (Unilateral)	SERVICIO DE CALIDAD		,000	,000	,000	,000
	ADMINISTRACIÓN HOTELERA	,000		,000	,000	,000
	ALOJAMIENTO DE CALIDAD	,000	,000		,000	,000
	CUMPLIMIENTO DE SEGURIDAD LABORAL	,000	,000	,000		,000
	CUMPLIMIENTO DE CONDICIONES DE TRABAJO	,000	,000	,000	,000	

Fuente: Elaboración propia en SPSS

En el cuadro la parte sombreada se observa la influencia en términos relativos entre las dimensiones de la variable independiente y las dimensiones de la variable dependiente.

Los ceros en la parte inferior son índices que se dan para rechazar la hipótesis nula.

a) El Planteo de las Hipótesis

Ho:” La Gestión Hotelera NO influye en la Satisfacción Laboral de los Colaboradores de la Minera Chinalco Perú SA Morococha Provincia de Yauli La Oroya Junín Perú 2017”

H1: “La Gestión Hotelera SI influye en la Satisfacción Laboral de los Colaboradores de la Minera Chinalco Perú SA Morococha Provincia de Yauli La Oroya Junín Perú 2017”

n.s = 0.05

b) La variable estadística de decisión “Chi- cuadrado”.

Tabla N° 11

Gestión Hotelera

KMO Y PRUEBA DE BARTLETT

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		0,820
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	9829,325
	Gl	10
	Sig.	0,000

Fuente: Elaboración propia en SPSS

c) La Contrastación de la Hipótesis

X² Tabular es con 0.95 de probabilidad y 10 grados de libertad 18,307

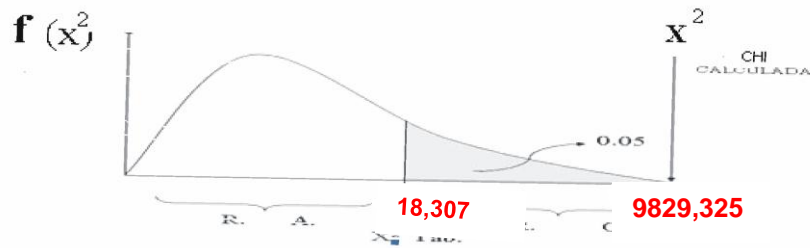


Figura 7. Contrastación de la Hipótesis Principal. Gestión Hotelera

La parte no sombreada es el nivel de confianza de la prueba.

La parte sombreada es el error de la prueba.

Finalmente se observa en la figura que $X^2_{\text{Calculado}} 9829.325$ es mayor que la $X^2_{\text{Tabular}} 18.307$ obtenido de la tabla. Por lo que, según el gráfico pertenece a la región de rechazo (parte sombreada), es decir se rechaza la H_0 (Hipótesis nula)

d) La conclusión:

Se puede concluir que la Gestión Hotelera si influye en la Satisfacción Laboral de los Colaboradores de la Minera Chinalco Perú SA Morococha Provincia de Yauli La Oroya Junín Perú 2017 a un nivel de significación de 5%.

4.1.2.1 La contrastación de la hipótesis Secundaria 1

a) El Planteo de las Hipótesis

H_0 : “El Servicio Calidad NO influye en la Satisfacción Laboral de los Colaboradores de la Minera Chinalco Perú SA Morococha Provincia de Yauli La Oroya Junín Perú 2017”

H₁: “El Servicio de Calidad SI influye en la Satisfacción Laboral de los Colaboradores de la Minera Chinalco Perú SA Morococha Provincia de Yauli La Oroya Junín Perú 2017”

n.s = 0.05

b) La variable estadística de decisión “Chi- cuadrado”

Tabla N° 12

Servicio de Calidad

KMO Y PRUEBA DE BARTLETT

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		0,713
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	4191,005
	gl	3
	Sig.	0,000

Fuente: Elaboración propia en SPSS

c) La Contrastación de la Hipótesis

X² Tabular es con 0.95 de probabilidad y 3 grados de libertad 7,815

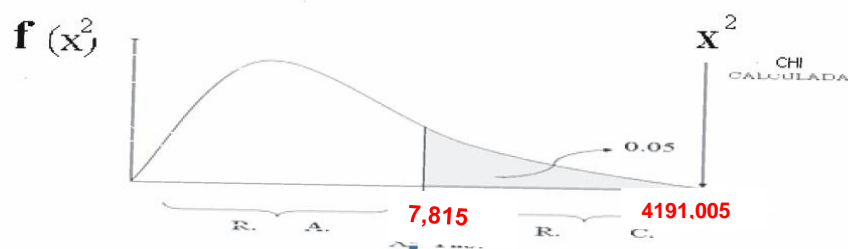


Figura 8. Contrastación de la Hipótesis Secundaria 1. Servicio de Calidad

Finalmente se observa en la figura que $X^2_{\text{Calculado}}$ 4191.005 es mayor que la X^2_{Tabular} 7.815 obtenido de la tabla. Por lo que, según el gráfico pertenece a la región de rechazo (parte sombreada), es decir se rechaza la H_0 (Hipótesis nula)

d) La conclusión:

Se puede concluir que el Servicio de Calidad si influye en la Satisfacción Laboral de los Colaboradores de la Minera Chinalco Perú SA Morococha Provincia de Yauli La Oroya Junín Perú 2017 a un nivel de significación de 0.05.

4.1.2.2 La contrastación de la hipótesis Secundaria 2

a) El Planteo de las Hipótesis

H_0 : “La Administración Hotelera NO influye en la Satisfacción Laboral de los Colaboradores de la Minera Chinalco Perú SA Morococha Provincia de Yauli La Oroya Junín Perú 2017”

H_1 : “La Administración Hotelera SI influye en la Satisfacción Laboral de los Colaboradores de la Minera Chinalco Perú SA Morococha Provincia de Yauli La Oroya Junín Perú 2017” **n.s = 0.05**

b) La variable estadística de decisión “Chi- cuadrado”.

Tabla N° 13

Administración Hotelera

KMO y prueba de Bartlett

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		0,751
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	4345,316
	GI	3
	Sig.	0,000

Fuente: Elaboración propia en SPSS

c) La Contrastación de la Hipótesis

χ^2 Tabular es con 0.95 de probabilidad y 3 grados de libertad 7,815

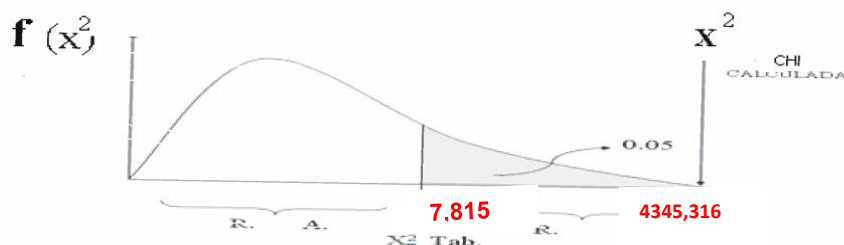


Figura 9. Contrastación de la Hipótesis Secundaria 2. Administración Hotelera.

Finalmente se observa en la figura que $X^2_{Calculado}$ 4345.316 es mayor que la $X^2_{Tabular}$ 7.815 obtenido de la tabla. Por lo que, según el gráfico pertenece a la región de rechazo (parte sombreada), es decir se rechaza la H_0 (Hipótesis nula)

d) La conclusión:

Se puede concluir que la Administración Hotelera si influye en la Satisfacción Laboral de los Colaboradores de la Minera Chinalco Perú SA Morococha Provincia de Yauli La Oroya Junín Perú 2017 a un nivel de significación de 0.05.

4.1.2.3 La contrastación de la hipótesis Secundaria 3

a) El Planteo de las Hipótesis

H_0 : "El Alojamiento de Calidad NO influye en la Satisfacción Laboral de los Colaboradores de la Minera Chinalco Perú SA Morococha Provincia de Yauli La Oroya Junín Perú2017"

H₁: “El Alojamiento de Calidad SI influye en la Satisfacción Laboral de los Colaboradores de la Minera Chinalco Perú SA Morococha Provincia de Yauli La Oroya Junín Perú 2017” *n.s = 0.05*

b) La variable estadística de decisión “Chi- cuadrado”.

Tabla N° 14

Alojamiento de Calidad

KMO Y PRUEBA DE BARTLETT

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		0,713
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	4191,005
	gl	3
	Sig.	0,000

c) La Contratación de la Hipótesis

X² Tabular es con 0.95 de probabilidad y 3 grados de libertad 7,815

Figura N° 10

Contratación de Hipótesis Alojamiento de Calidad

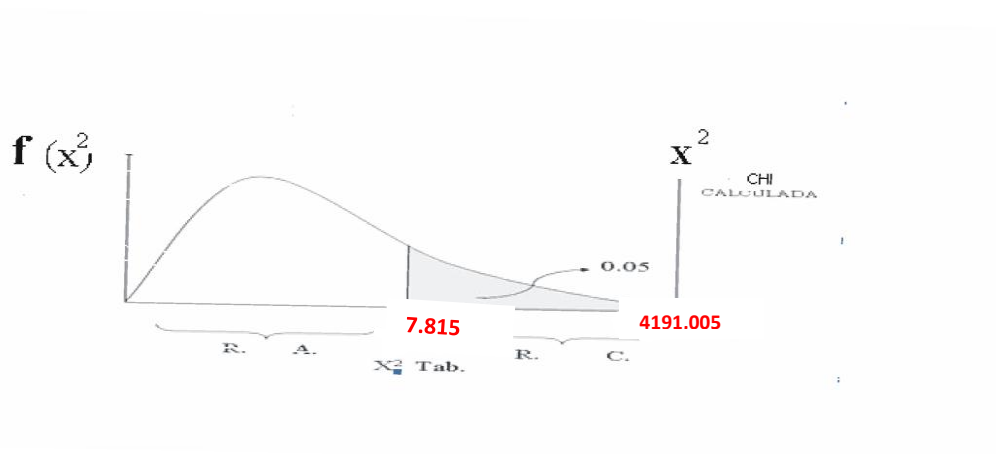


Figura 10. Contratación de la Hipótesis Secundaría 3. Alojamiento de Calidad.

Finalmente se observa en la figura que $X^2_{\text{Calculado}}$ e 4191.005 es mayor que la X^2_{Tabular} 7.815 obtenido de la tabla. Por lo que, según el gráfico pertenece a la región de rechazo (parte sombreada), es decir se rechaza la H_0 (Hipótesis nula).

d) La conclusión:

Se puede concluir que la El Alojamiento de Calidad si influye en la Satisfacción Laboral de los Colaboradores de la Minera Chinalco Perú SA Morococha Provincia de Yauli La Oroya Junín Perú 2017 a un nivel de significación del 5%.

V. DISCUSIÓN

Analizando el resultado obtenido según el objetivo que es: Establecer la influencia de la gestión hotelera en la satisfacción laboral de los colaboradores de la minera Chinalco Perú S.A. Morococha. Provincia de Yauli. La Oroya. Región Junín. Perú. 2017; se ha demostrado la influencia de la Gestión Hotelera en la Satisfacción Laboral, constituyendo uno de los aspectos fundamentales en la administración de recursos humanos, en la que se determina que contar con Recurso Humano con condiciones óptimas de descanso y muy bien alimentados para un buen desempeño laboral es el propósito de la Minera. Por lo tanto como parte de su política laboral, la Minera Chinalco S.A brindará a sus colaboradores la atención básica como es la alimentación y el hospedaje, con la finalidad que sus colaboradores logren un buen rendimiento en su productividad laboral, para ello ha venido concesionando con diferentes empresas la administración del hotel de la minera, estas concesionarias solo se limitaron a ofrecer sus servicios, hoteleros y de consumo, por lo que se relacionó el servicio de gestión hotelera con la satisfacción laboral de los colaboradores de la minera.

Por lo tanto, la noción de gestión, se extiende hacia el conjunto de trámites que se llevan a cabo para resolver un asunto o concretar un proyecto. La gestión tiene como objetivo primordial el conseguir aumentar los resultados óptimos de una industria o compañía, depende fundamentalmente de cuatro pilares básicos gracias a los cuales puede conseguir que se cumplan las metas marcadas. Pérez, J. y Gardey, A. (2010).

El servicio de calidad nos lleva a entender que la mayoría de empresas compiten en el área de los servicios ya que difícilmente puede encontrarse un sector en el que no aparezcan los servicios para poder completar el producto ofrecido, Grönroos (1984, 2001).

Del procesamiento de datos estadísticos en la investigación se realizó la Contrastación de la Hipótesis Gestión Hotelera con la Satisfacción Laboral, indica; X^2 Tabular es con 0.95 de probabilidad y 10 grados de libertad 18,307; se observa en la figura que $X^2_{\text{Calculado}}$ 9829.325 es mayor que la

X^2_{Tabular} 18.307 obtenido de la tabla. Por lo que, según la figura pertenece a la región de rechazo (parte sombreada), es decir se rechaza la H_0 (Hipótesis nula), en conclusión: Se puede concluir que la Gestión Hotelera si influye en la Satisfacción Laboral de los Colaboradores de la Minera Chinalco Perú SA en un nivel de significancia de 5%; la Contrastación de la Hipótesis de la influencia del servicio de calidad: X^2 Tabular es con 0.95 de probabilidad y 3 grados de libertad 7,815; se observa en la figura que $X^2_{\text{Calculado}}$ 4191.005 es mayor que la X^2_{Tabular} 7.815 obtenido de la tabla. Por lo que, según la figura pertenece a la región de rechazo (parte sombreada), es decir se rechaza la H_0 (Hipótesis nula); se puede concluir que el Servicio de Calidad si influye en la Satisfacción Laboral de los Colaboradores de la Minera a un nivel de significación de 0.05; la contrastación de la hipótesis la Administración Hotelera H_0 : “La Administración Hotelera NO influye en la Satisfacción Laboral de los Colaboradores de la Minera; H_1 : “La Administración Hotelera SI influye en la Satisfacción Laboral $n.s = 0.05$; finalmente se observa en la figura que $X^2_{\text{Calculado}}$ 4345.316 es mayor que la X^2_{Tabular} 7.815 obtenido de la tabla. Por lo que, según la figura pertenece a la región de rechazo (parte sombreada), es decir se rechaza la H_0 (Hipótesis nula). Se puede concluir que la Administración Hotelera si influye en la Satisfacción Laboral de los Colaboradores de la Minera a un nivel de significación de 0.05.

La contrastación de la hipótesis Alojamiento de Calidad; H_0 : “El Alojamiento de Calidad NO influye en la Satisfacción Laboral de los Colaboradores de la Minera Chinalco; H_1 : “El Alojamiento de Calidad SI influye en la Satisfacción Laboral de los Colaboradores de la Minera $n.s = 0.05$, la Contrastación de la Hipótesis; X^2 Tabular es con 0.95 de probabilidad y 3 grados de libertad 7,815; finalmente se observa en la figura que $X^2_{\text{Calculado}}$ e 4191.005 es mayor que la X^2_{Tabular} 7.815 obtenido de la tabla. Por lo que, según la figura pertenece a la región de rechazo (parte sombreada), es decir se rechaza la H_0 (Hipótesis nula), se puede concluir que el Alojamiento de Calidad si influye en la Satisfacción Laboral de los Colaboradores de la Minera a un nivel de significación del 5%.

VI. CONCLUSIONES

6.1. Conclusiones

- De la prueba de la hipótesis concluimos que, sí influye una buena gestión hotelera en la satisfacción laboral de los colaboradores de la minera Chinalco Perú S.A. demostramos mediante la tabulación que, según la figura pertenece a la región de rechazo (parte sombreada), es decir se rechaza la H_0 (Hipótesis nula), por lo que la Gestión Hotelera sí influye en la Satisfacción Laboral en un nivel de significancia de 5%.
- Un buen servicio de calidad influye en la satisfacción laboral de los colaboradores de la minera Chinalco Perú S.A. ya que sus clientes se sentirán muy a gusto y ello eleva el nivel de satisfacción laboral por lo tanto según la evaluación estadística se demuestra el nivel de significancia de la hipótesis en 0.05, por lo que decimos el Servicio de Calidad sí influye en la Satisfacción Laboral.
- De la misma forma una buena administración hotelera sí influye en la satisfacción laboral de los colaboradores de la minera Chinalco Perú S.A., por lo que con una buena administración se logra objetivos propuestos en beneficio del cliente, por lo que decimos que de la evaluación estadística también el nivel de significancia está en 0.05 por lo tanto, la Administración Hotelera sí influye en la Satisfacción Laboral.
- Finalmente, el alojamiento de calidad influye en la satisfacción laboral de los colaboradores de la minera Chinalco Perú S.A. de la tabulación de la Hipótesis obtenido de la tabla. Por lo que, según la figura pertenece a la región de rechazo (parte sombreada), es decir se rechaza la H_0 (Hipótesis nula): Por lo que el Alojamiento de Calidad si influye en la Satisfacción Laboral de los Colaboradores de la Minera a un nivel de significación del 5%.

VII. RECOMENDACIONES.

7.1. Recomendaciones

Finalmente planteamos las recomendaciones de la presente investigación los cuales fueron contrastadas en el análisis de resultados:

- La Minera Chinalco S.A. debe tener presente que la gestión hotelera influye en la satisfacción laboral de los colaboradores, por lo tanto, dentro de sus planes de una buena gestión hotelera al realizar el proceso de concesión del hotel de la minera debe planificar los resultados de influencia a fin de otorgar a una empresa que cumpla las exigencias de servicios que satisfagan a los colaboradores y que se sientan satisfechos por el servicio.
- El Tema de Calidad es otra atribución para una buena satisfacción laboral de acuerdo a los resultados obtenidos el nivel de significancia de 0.05, por lo tanto, se recomienda a la Minera Chinalco que debe planificar la calidad en el servicio que brinda el hotel a todos los colaboradores a fin de tener una satisfacción laboral. Por lo tanto, el servicio de calidad está ligado a la atención, a la alimentación de calidad, buscando la satisfacción de sus comensales, de igual manera el resultado será de beneficio para la minera.
- Otro de los aspectos a tener en cuenta es que, la Administración minera es muy distinta a una Administración Hotelera, por lo que la minera debe ejecutar una buena administración hotelera ya que esta influye en la satisfacción laboral de los colaboradores, que está unido a la buena atención, atención oportuna y exclusiva, y lo más importante a la experiencia en este tipo de administración.
- Finalmente, la Minera debe centrarse en buscar un concesionario que brinde alojamiento de calidad porque ello también influye en la satisfacción laboral de los colaboradores, este alojamiento de calidad

está orientado a un buen servicio, a la higiene, a la limpieza, a un buen trato, solución oportuna de dificultades, aspectos que mejoran de mucho en el buen rendimiento de los trabajadores y el bienestar social de los que hacen uso del hotel de la minera.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albacete, C. (2004). Calidad de Servicio en Alojamientos Rurales. Granada: Universidad de Granada.
- Albacete, C.; Fuentes, M.; Lórens, F. (2007). "Service Quality Measurement in Rural Accommodation". *Annals of Tourism Research*, 34(1), 45-65.
- Benavides (2012) Tesis: "Calidad y Productividad en el Sector Hotelero Andaluz"; Universidad de Málaga – España.
- Benítez, J. (2010), Tesis: "La Calidad del Servicio en la Industria Hotelera", Universidad de las Palmas de Gran Canaria– Colombia.
- Carlos, G. (2012) Tesis; "Calidad y Productividad en el Sector Hotelero Andaluz". España.
- Chiang M., & Martín M.J. & Núñez A. (2010). Relaciones entre el Clima Organizacional y la Satisfacción Laboral. Madrid: Universidad Pontificia Comillas.
- Cueva, V. (2015) Tesis: "Evaluación de la Calidad Percibida por los Clientes del Hotel Los Portales a Través del Análisis de sus Expectativas y Percepciones", Universidad de Piura – Perú.
- Fernández, N. Mollón, N (2002). Recursos Humanos en Empresas de Turismo y Hostelería. Madrid. Prentice-Hall.
- Hendrix, G. & García, F. (2015); Tesis; "Evaluación de la Calidad del Servicio del Hotel "Girasoles Hotel" de la Ciudad de Lima, Utilizando Estándares Derivados de las Buenas Prácticas, en el año 2015" – Lima Perú.
- Instituto de Estudios Turísticos (2011): Informe de Empleo en el Sector Turístico. Año 2010. España.

- Lloréns, F.; Fuentes, M. (2005). *Gestión de la Calidad Empresarial. Fundamentos e Implantación*. Madrid: Pirámide.
- Martínez, G. (2011). Tesis: *Gestión de Recursos Humanos en la PYME*. Palma. Universitat de les Illes Balears.
- Mateo, A. (2009). Tesis: “Estudio de Pre-Factibilidad para la Instalación de un Hospedaje para Turistas que Experimentarán Turismo Vivencial, en la Provincia de Tarma.”. Pontificia Universidad Católica del Perú – Perú
- Morillo, M. (2007), “Análisis de la Calidad del Servicio Hotelero Mediante la Escala de SERVQUAL”, Publicado por Visión Gerencial, Ecuador.
- Parreño, J. (2001). Características de la Oferta Turística de Maspalomas Costa Canaria. En: *Evolución e Implicaciones del Turismo en Maspalomas Costa Canaria* Ayuntamiento de San Bartolomé de Tirajana, 103-128.
- Plaza, M. (2014) “Modelo para la Gestión Estratégica de la Calidad Total” Colección EOI Empresa.
- Rubio Gil, Á. (2001). *Los Recursos Humanos en el Sector Turístico Español: Organización del Trabajo y Empleo*. Barcelona. Ariel.
- Santomá, R. & Gerard Costa, G. (2009), Tesis; *Calidad de Servicio en la Industria Hotelera*.
- Serrano y Gonzales (2015), Tesis: “Propuesta de Mejora de la Gestión de Recursos Humanos, Hotel Descanso del Inca – Chiclayo, 2014”. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo – Perú.
- Vargas, J; Guadalupe, M; Guerra F. (2010), *La Calidad en el Servicio en una Empresa Local de Pizza en Los Mochis, Sinaloa*
- Valls, J. (2004). *Gestión de Empresas de Turismo y Ocio. El Arte de Provocar Satisfacción*. Barcelona: Gestión 2000.

ANEXO 1
Matriz de Consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: La Gestión Hotelera y su Influencia en la satisfacción laboral de los Colaboradores de la Minera Chinalco Perú S.A Morococha provincia de Yauli la Oroya Región Junín Perú 2017.

Formulación del problema	Objetivos de la investigación	Hipótesis de la investigación	Variables de la investigación	Diseño de investigación	Población y muestra	Método, técnicas e Instrumentos
<p>¿Cómo influye la gestión hotelera en la satisfacción laboral de los colaboradores de la minera Morococha 2017?</p> <p>¿Cómo influye el servicio de calidad en la satisfacción laboral de los colaboradores de la minera Morococha 2017?</p> <p>¿Cómo influye la administración hotelera en la satisfacción laboral de los colaboradores de la minera Morococha 2017?</p> <p>¿Cómo influye el alojamiento de calidad en la satisfacción laboral de los colaboradores de la minera Morococha 2017?</p>	<p>Establecer la influencia de la gestión hotelera en la satisfacción laboral de los colaboradores de la minera Morococha 2017</p> <p>Establecer la influencia del servicio de calidad en la satisfacción laboral de los colaboradores de la minera Morococha 2017.</p> <p>Establecer la influencia de la administración hotelera en la satisfacción laboral de los colaboradores de la minera Morococha 2017.</p> <p>Establecer la influencia del alojamiento de calidad en la satisfacción laboral de los colaboradores de la minera Morococha 2017.</p>	<p>La gestión hotelera influye directa y significativamente con la satisfacción laboral de los colaboradores de la minera Morococha 2017</p> <p>El servicio de calidad influye directa y significativamente en la satisfacción laboral de los colaboradores de la minera Morococha 2017</p> <p>La administración hotelera influye directa y significativamente en la satisfacción laboral de los colaboradores de la minera Morococha 2017</p> <p>El alojamiento de calidad influye directa y significativamente en la satisfacción laboral de los colaboradores de la minera Morococha 2017</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE:</p> <p>Gestión Hotelera La gestión hotelera es sin duda poder cumplir con la exigencia de la mayoría de los clientes, asegura que dichos servicios sean percibidos por todos los clientes conforme a los que los pueda satisfacer, por lo que necesitan un modelo para poder llevar a cabo la persecución a este objetivo fundamental. Benavides, C. (2012).</p> <p>DIMENSIONES</p> <p>11. Servicio de calidad. 12. Administración hotelera 13. Alojamiento de calidad.</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p>Satisfacción Laboral</p> <p>Es el grado de conformidad de a persona respecto a su entorno de trabajo. La satisfacción laboral incluye la consideración de la remuneración, el tipo de trabajo, las relaciones humanas, la seguridad, el bienestar, etc. Hannoun, G. (2011)</p> <p>DIMENSIONES</p> <p>D1. Satisfacción</p>	<p>TIPO:</p> <p>Este tipo de investigación explicativa nos indica Según Hernández (2001). En la que manifiesta que, son más estructuradas que los otros tipos de investigación y que abarca en su propósito la exploración, la descripción y correlación con lo cual permite generar un sentido de entendimiento más completo.</p> <p>DISEÑO</p> <p>En el Diseño de la investigación que emplearemos en el presente proyecto será la investigación no experimental es aquella en que se realiza y no se manipula libremente las variables.</p> <p>Es la investigación donde no se hace variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hace es que la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos</p> <p>MÉTODO:</p> <p>La metodología que se aplicará será el Método Cuantitativo.</p> <p>Porque utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar las preguntas de la investigación y probar las hipótesis previamente hechas, confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud los patrones de comportamiento de la población, fuente de información; Hernández, Fernández y Baptista (2003 p. 5).</p>	<p>POBLACIÓN.</p> <p>El estudio se realizará en la Minera Chinalco S.A. ubicado en el distrito de Morococha, Provincia de la Oroya, Región Junín, la población se considera finita y accesible y está conformada por un total de 3500 Trabajadores de la Minera Chinalco S.A que son 1750 trabajadores estables, 1000 trabajadores contratados y Staff entre otros 750 que prestan sus servicios en la minera.</p> <p>MUESTRA.</p> <p>La muestra que se realizará para la investigación será de 350 trabajadores de la minera Chinalco S.A.</p> <p>La muestra en este caso será No Probabilística Intencionada, dicha representatividad se da en base a una opinión o intención particular de quien selecciona la muestra.</p>	<p>TÉCNICA:</p> <p>En esta fase de la investigación se utilizarán las técnicas de encuesta, mediante el instrumento del cuestionario, la cual es determinada la herramienta a emplear por el investigador, pertinente al estudio en cuestión</p> <p>INSTRUMENTO:</p> <p>El instrumento que utilizaremos en la presente investigación es el cuestionario que es un procedimiento considerado clásico en las ciencias sociales para la obtención y registro de datos.</p> <p>MÉTODO:</p> <p>Se usará el programa estadístico usado en las ciencias sociales, denominado SPSS.</p> <p>El proceso va ser manual y computarizado, Los datos se van a digitalizar en Excel y procesar de acuerdo a las formulas estadísticas del SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).</p>

Anexo 2: Matriz de Operacionalización de Variables

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	VALORES O CATEGORÍAS
Gestión Hotelera	Servicio de calidad	Desarrolla un servicio de calidad	1,2,3,4	Likert	BUENA = (44 a 60) REGULAR = (28 a 43) MALA = (12 a 27)
	Administración hotelera	Desarrolla la conducción y dirección de la organización	5, 6, 7, 8	Siempre = 5 Casi siempre = 4	
	Alojamiento de calidad	Desarrolla servicio de alojamiento de calidad	9,10,11,12	AV si AV no = 3 Casi nunca = 2 Nunca = 1	
Satisfacción Laboral	Satisfacción	Cumplimiento de seguridad laboral	13, 14, 15, 16, 17, 18	Likert	ALTA = (44 a 60) MEDIA = (28 a 43) BAJA = (12 a 27)
		Cumplimiento de condiciones de trabajo	19, 20, 21, 22, 23, 24	Siempre = 5 Casi siempre = 4 AV si AV no = 3 Casi nunca = 2 Nunca = 1	

Anexo 3: Instrumento

CUESTIONARIO

PARA COLABORADORES DE LA MINERA CHINALCO S.A SOBRE GESTIÓN HOTELERA Y LA SATISFACCIÓN LABORAL.

Condición Laboral:

Lea con cuidado cada una de las siguientes preguntas y marque sólo la respuesta que más se ajuste a la realidad del servicio que recibes.

1. En la medida de lo posible, rellene el cuestionario en forma clara, por lo que al contestar las preguntas deberá marcar con una **X**. En el caso de que alguna pregunta necesite mayor explicación, utilice el reverso de la hoja.

ESCALA:

Siempre = 5 Casi siempre = 4 AV si AV no = 3 Casi nunca = 2 Nunca = 1

N°	PREGUNTAS	5	4	3	2	1
	I. GESTIÓN HOTELERA					
	I.1 SERVICIO DE CALIDAD	5	4	3	2	1
1	¿Recibes un servicio de calidad en el hotel de la empresa?					
2	¿El trato y la atención que recibes es de mucha cordialidad?					
3	¿La alimentación que te ofrecen en el hotel es saludable y del día?					
4	¿Te sientes satisfecho con todo lo que el hotel ofrece a sus comensales?					
	I.2 ADMINISTRACIÓN HOTELERA	5	4	3	2	1
5	¿Estas satisfecho de la forma como se está administrando el hotel de la empresa?					
6	¿Una administración directa y no concesionada mejoraría el servicio hotelero en la empresa?					
7	¿Se debe exigir experiencia comprobada en administración hotelera a los concesionarios?					
8	¿Has tenido dificultades de índole administrativo durante tu estadía en el hotel de la empresa?					
	I.3 ALOJAMIENTO DE CALIDAD	5	4	3	2	1
9	¿El servicio de alojamiento que recibes es de calidad?					
10	¿La higiene y limpieza en tu alojamiento es de tu completo agrado?					
11	¿Si tienes alguna dificultad con tu alojamiento la solución es de inmediata de parte de la administración?					
12	¿Te sientes satisfecho con el servicio de alojamiento que recibes de tu empresa?					

D. SATISFACCIÓN LABORAL						
D.1 CUMPLIMIENTO DE SEGURIDAD LABORAL		5	4	3	2	1
13	¿Está satisfecho con las relaciones humanas que existen entre los miembros del grupo y de estos con sus superiores en tu centro laboral?					
14	¿Mis compañeros de trabajo y yo estamos comprometidos en hacer un trabajo de calidad?					
15	¿Según la misión o propósito de mi empresa, mis superiores me hacen sentir que mi trabajo es importante?					
16	¿En mi área de trabajo, me permiten realizar mis actividades con lo mejor que hago todos los días?					
17	¿Recibes capacitación laboral sobre las funciones que desarrollas en tu centro de trabajo por parte de tu empleador?					
18	¿Los aportes o sugerencias de mejora laboral que realizas es aceptado con mucho agrado y es aplicado en tu centro laboral?					
D.2 CUMPLIMIENTO DE CONDICIONES DE TRABAJO		5	4	3	2	1
19	¿Tengo los materiales y el equipo que necesito para hacer mi trabajo?					
20	¿Mi supervisor o compañeros del trabajo, se preocupan por mí como persona?					
21	¿Los ingresos percibes por tu trabajo, te permite satisfacer tus necesidades personales y familiares?					
22	¿En la empresa que laboras te dan la oportunidad de desarrollarte laboralmente y crecer?					
23	¿Recibes reconocimientos o eres motivado cada vez que alcanzas tus metas laborales por parte de la empresa?					
24	¿Cuentas con todos los beneficios de ley y con una seguridad laboral por un periodo considerable que te da la tranquilidad para tu desarrollo laboral?					

Anexo 4: Validación de Instrumentos

VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: GESTION HOTELERA

N°	DIMENSIONES / items	Claridad ¹		Pertinencia ²		Relevancia ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1:SERVICIO DE CALIDAD							
1	Recibes un servicio de calidad en el hotel de la empresa	✓		✓		✓		
2	El trato y la atención que recibes es de mucha cordialidad	✓		✓		✓		
3	La alimentación que te ofrecen en el hotel es saludable y del día	✓		✓		✓		
4	Te sientes satisfecho con todo lo que el hotel ofrece a sus comensales	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2:ADMINISTRACIÓN HOTELERA							
5	Estas satisfecho de la forma como se está administrando el hotel de la empresa	✓		✓		✓		
6	Una administración directa y no concesionada mejoraría el servicio hotelero en la empresa	✓		✓		✓		
7	Se debe exigir experiencia comprobada en administración hotelera a los concesionarios	✓		✓		✓		
8	Has tenido dificultades de índole administrativo durante tu estadía en el hotel de la empresa	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3:ALOJAMIENTO DE CALIDAD							
9	El servicio de alojamiento que recibes es de calidad	✓		✓		✓		
10	La higiene y limpieza en tu alojamiento es de tu completo agrado	✓		✓		✓		
11	Si tienes alguna dificultad con tu alojamiento la solución es de inmediata de parte de la administración	✓		✓		✓		
12	Te sientes satisfecho con el servicio de alojamiento que recibes de tu empresa	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

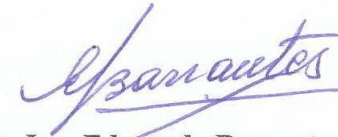
SI EXISTE SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez evaluador: Mg. Ing. BARRANTES RÍOS EDMUNDO JOSÉ

DNI: 25651955

Especialidad del evaluador: DOCENTE METODÓLOGO



Mg. Ing. Edmundo Barrantes Ríos

¹**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

²**Pertinencia:** Si el ítem pertenece a la dimensión.

³**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

07 de Febrero del 2017

VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE DEPENDIENTE: SATISFACCIÓN LABORAL

N°	DIMENSIONES / Items	Claridad ¹		Pertinencia ²		Relevancia ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: CUMPLIMIENTO DE SEGURIDAD LABORAL							
13	Está satisfecho con las relaciones humanas que existen entre los miembros del grupo y de estos con sus superiores en tu centro laboral	✓		✓		✓		
14	Mis compañeros de trabajo y yo estamos comprometidos en hacer un trabajo de calidad	✓		✓		✓		
15	Según la misión o propósito de mi empresa, mis superiores me hacen sentir que mi trabajo es importante	✓		✓		✓		
16	En mi área de trabajo, me permiten realizar mis actividades con lo mejor que hago todos los días	✓		✓		✓		
17	Recibes capacitación laboral sobre las funciones que desarrollas en tu centro de trabajo por parte de tu empleador	✓		✓		✓		
18	Los aportes o sugerencias de mejora laboral que realizas es aceptado con mucho agrado y es aplicado en tu centro laboral	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: D.2. CUMPLIMIENTO DE CONDICIONES DE TRABAJO							
19	Tengo los materiales y el equipo que necesito para hacer mi trabajo	✓		✓		✓		
20	Mi supervisor o compañeros del trabajo, se preocupan por mí como persona	✓		✓		✓		
21	Los ingresos percibes por tu trabajo, te permite satisfacer tus necesidades personales y familiares	✓		✓		✓		
22	En la empresa que laboras te dan la oportunidad de desarrollarte laboralmente y crecer	✓		✓		✓		
23	Recibes reconocimientos o eres motivado cada vez que alcanzas tus metas laborales por parte de la empresa.	✓		✓		✓		

24	Cuentas con todos los beneficios de ley y con una seguridad laboral por un periodo considerable que te da la tranquilidad para tu desarrollo laboral	✓		✓		✓								
----	--	---	--	---	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

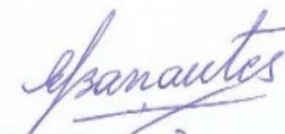
SI EXISTE SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez evaluador: Mg. Ing. BARRANTES RÍOS EDMUNDO JOSÉ

DNI: 25651955

Especialidad del evaluador: DOCENTE METODOLÓGICO



Mg. Ing. Edmundo Barrantes Ríos

¹Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

²Pertinencia: Si el ítem pertenece a la dimensión.

³Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

07 de Febrero del 2017

VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: GESTION HOTELERA

Nº	DIMENSIONES / ítems	Claridad ¹		Pertinencia ²		Relevancia ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1:SERVICIO DE CALIDAD							
1	Recibes un servicio de calidad en el hotel de la empresa	✓		✓		✓		
2	El trato y la atención que recibes es de mucha cordialidad	✓		✓		✓		
3	La alimentación que te ofrecen en el hotel es saludable y del día	✓		✓		✓		
4	Te sientes satisfecho con todo lo que el hotel ofrece a sus comensales	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2:ADMINISTRACIÓN HOTELERA							
5	Estas satisfecho de la forma como se está administrando el hotel de la empresa	✓		✓		✓		
6	Una administración directa y no concesionada mejoraría el servicio hotelero en la empresa	✓		✓		✓		
7	Se debe exigir experiencia comprobada en administración hotelera a los concesionarios	✓		✓		✓		
8	Has tenido dificultades de índole administrativo durante tu estadía en el hotel de la empresa	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3:ALOJAMIENTO DE CALIDAD							
9	El servicio de alojamiento que recibes es de calidad	✓		✓		✓		
10	La higiene y limpieza en tu alojamiento es de tu completo agrado	✓		✓		✓		
11	Si tienes alguna dificultad con tu alojamiento la solución es de inmediata de parte de la administración	✓		✓		✓		
12	Te sientes satisfecho con el servicio de alojamiento que recibes de tu empresa	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

SI EXISTE SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez evaluador: Mg. Víctor Manuel Miguel De Priego Carbajal

DNI: 06722070

Especialidad del evaluador: DOCENTE TEMÁTICO



.....

¹ **Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

² **Pertinencia:** Si el ítem pertenece a la dimensión.

³ **Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

07 de Febrero del 2017

VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE DEPENDIENTE: SATISFACCIÓN LABORAL

N°	DIMENSIONES / ítems	Claridad ¹		Pertinencia ²		Relevancia ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: CUMPLIMIENTO DE SEGURIDAD LABORAL							
13	Está satisfecho con las relaciones humanas que existen entre los miembros del grupo y de estos con sus superiores en tu centro laboral	✓		✓		✓		
14	Mis compañeros de trabajo y yo estamos comprometidos en hacer un trabajo de calidad	✓		✓		✓		
15	Según la misión o propósito de mi empresa, mis superiores me hacen sentir que mi trabajo es importante	✓		✓		✓		
16	En mi área de trabajo, me permiten realizar mis actividades con lo mejor que hago todos los días	✓		✓		✓		
17	Recibes capacitación laboral sobre las funciones que desarrollas en tu centro de trabajo por parte de tu empleador	✓		✓		✓		
18	Los aportes o sugerencia de mejora laboral que realizas es aceptado con mucho agrado y es aplicado en tu centro laboral	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: D.2. CUMPLIMIENTO DE CONDICIONES DE TRABAJO	Si	No	Si	No	Si	No	
19	Tengo los materiales y el equipo que necesito para hacer mi trabajo	✓		✓		✓		
20	Mi supervisor o compañeros del trabajo, se preocupan por mí como persona	✓		✓		✓		
21	Los ingresos percibes por tu trabajo, te permite satisfacer tus necesidades personales y familiares	✓		✓		✓		
22	En la empresa que laboras te dan la oportunidad de desarrollarte laboralmente y crecer	✓		✓		✓		
23	Recibes reconocimientos o eres motivado cada vez que alcanzas tus metas laborales por parte de la empresa.	✓		✓		✓		

24	Cuentas con todos los beneficios de ley y con una seguridad laboral por un periodo considerable que te da la tranquilidad para tu desarrollo laboral	✓		✓		✓				
----	--	---	--	---	--	---	--	--	--	--

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

SI EXISTE SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez evaluador: Mg. Víctor Manuel Miguel De Priego Carbajal

DNI: 06722070

Especialidad del evaluador: DOCENTE METODOLÓGICO



¹ Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

² Pertinencia: Si el ítem pertenece a la dimensión.

³ Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

07 de Febrero. Del 2017

Anexo 5: Matriz de Datos

