

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN CIENCIAS SOCIALES**



**TESIS**

**NIVEL REMUNERATIVO DEL RECURSO HUMANO Y CALIDAD DE  
ATENCIÓN AL TURISTA EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE  
DE LA CIUDAD DE PUNO**

**PRESENTADA POR:**

**SOFIA PILLCO ENRÍQUEZ**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:**

**MAGISTER SCIENTIAE EN GERENCIA DEL DESARROLLO TURÍSTICO**

**PUNO, PERÚ**

**2019**



## **DEDICATORIA**

A la Memoria de mis Padres Sabina y Domingo que siempre quisieron verme desarrollar profesionalmente.

A mi familia por su apoyo incondicional

## **AGRADECIMIENTOS**

- Mi agradecimiento a la Universidad Nacional del Altiplano, y a los integrantes de la Facultad de Ciencias Sociales, por mejorar mis competencias profesionales.
- A mi Asesor de tesis Dr. Mario Silva Dueñas por su apoyo desinteresado.

## ÍNDICE GENERAL

	<b>Pág.</b>
DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTOS	ii
ÍNDICE GENERAL	iii
ÍNDICE DE TABLAS	vi
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
ÍNDICE DE ANEXOS	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
INTRODUCCIÓN	1

### **CAPÍTULO I**

#### **REVISIÓN DE LITERATURA**

1.1. Marco teórico.	3
1.1.1 Servqual	5
1.1.2 Remuneraciones	9
1.1.3 Nivel De Remuneraciones	10
1.2. Antecedentes	11

### **CAPÍTULO II**

#### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

2.1. Identificación del Problema	18
2.2. Enunciados del Problema.	19
2.1.1 Pregunta General	19
2.1.2 Pregunta Específica	20
2.3. Justificación.	20
2.4. Objetivos	21
2.4.1 Objetivo general	21
2.4.2 Objetivos específicos	21
2.5. Hipótesis.	21
2.5.1 Hipótesis General	21
2.5.2 Hipótesis Específicas	22

### **CAPÍTULO III**

#### **MATERIALES Y MÉTODOS**

3.1.  Ámbito de Estudio	23
3.1.1  Lugar de Estudio	23
3.2.  Población	25
3.3.  Muestra.	25
3.1.2  Diseño de muestreo.	26
3.4.  Método de investigación.	28
3.4.1  Método Deductivo	28
3.4.2  Tipo de Investigación	29
3.4.3  Niveles de investigación	30
3.4.4  Diseño de investigación	30
3.5.  Técnicas e Instrumentos	30
3.5.1  Técnicas	30
3.5.2  Instrumentos	31
3.5.3  Procedimientos procesamiento y análisis de información	31
3.5.4  Técnicas de análisis de información	32
3.6.  Descripción detallada de métodos por objetivos específicos.	32

### **CAPÍTULO IV**

#### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

4.1.  Determinación de los efectos del nivel remunerativo igual e incidencia en la calidad de servicios prestados por el personal en los establecimientos de hospedaje en la ciudad de Puno.	34
4.2.  Análisis de la percepción de las remuneraciones y sus implicancias en la ausencia de trabajadores con formación profesional en la especialidad en los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Puno	40
4.3.  Indicadores de la calidad de servicio en la atención al turista nacional y extranjeros en los establecimientos de hospedaje en la ciudad de Puno.	57
4.4.  Discusión	72
4.5.  Contrastación de Hipótesis	76
4.5.1  Prueba de hipótesis general	76
4.5.2  Prueba de Hipótesis Específica 1	78
4.5.3  Prueba de Hipótesis Específica 2	80
CONCLUSIONES	83

RECOMENDACIONES	85
BIBLIOGRAFÍA	87
ANEXOS	92

## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
1. Cuadro SERVQUAL	6
2. Muestra N° de establecimientos de hospedaje - PUNO ciudad	25
3. Indicadores de sexo del recurso humano de los establecimientos de hospedaje	34
4. Edad del recurso humano de los establecimientos de hospedaje	35
5. Profesión o estudios técnicos del recurso humano de los establecimientos de hospedaje	36
6. Especialidad del recurso humano en los establecimientos de hospedaje	37
7. Remuneración actual del personal de los establecimientos de hospedaje o percepción de justicia negativa	40
8. Monto de remuneraciones en los establecimientos de hospedaje	41
9. Frecuencia acumulada de las remuneraciones en los establecimientos de hospedaje	42
10. Porcentaje de la remuneración percibida destinada para consumo	44
11. Porcentaje de la remuneración percibida destinada para ahorro	45
12. Si el monto de la remuneración percibida cubre las necesidades básicas del hogar, o percepción de justicia positiva	47
13. Opinión del personal sobre la categorización de los establecimientos de hospedaje	48
14. Percepción de la equidad de la remuneración en relación con otros trabajadores o percepción de equidad positiva	48
15. Pagos adicionales o bonificación además de la remuneración, o percepción de equidad negativa	49
16. Decisión de continuidad laboral como efecto de la actual remuneración	50
17. Nivel de satisfacción laboral en el actual centro de trabajo	51
18. Nivel de importancia del ambiente laboral en la satisfacción laboral	52
19. Nivel de importancia de la remuneración en la satisfacción laboral	53
20. Nivel de importancia del reconocimiento para la satisfacción laboral	54
21. Nivel de importancia de la línea de carrera o ascenso en la satisfacción laboral	55
22. Nivel de importancia del logro de objetivos para la satisfacción laboral	56
23. Escala de calificación de hospedaje	57
24. Calificación del indicador de servicio de calidad: Confiabilidad	58



25. Calificación del indicador de calidad de servicio: Responsabilidad	60
26. Calificación del indicador de calidad de servicio: Seguridad.	61
27. Calificación del indicador de calidad de servicio: Empatía.	62
28. Calificación del indicador de calidad de servicio: Bienes tangibles	63
29. Consolidado del modelo de calidad de servicio SERVQUAL	64
30. Consolidado de la encuesta de calidad de atención del personal en los establecimientos de hospedaje en la ciudad de Puno	65
31. Nivel de atención, amabilidad y respeto por el personal del establecimiento de hospedaje	66
32. Calificación de apariencia de limpieza y aseo del personal del establecimiento de hospedaje por los clientes	67
33. Nivel de disposición del personal para ayudar a los huéspedes	68
34. Nivel de disponibilidad del personal del hospedaje para proporcionar información cuando el cliente lo solicita	68
35. Nivel de percepción de confianza al personal del hospedaje por parte de los clientes	69
36. Nivel de compromiso del personal por conocer las necesidades de cada huésped	70
37. Nivel de demostración de interés por escuchar y solucionar los problemas del huésped	70
38. Calificación de calidad de servicio según Booking.com	71
39. Valores promedio para la determinación de los coeficientes de correlación	77

## ÍNDICE DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
1. Hoteles por categoría	27
2. Edad del personal o recursos humano en los establecimientos de hospedaje	35
3. Formación profesional o especialidad de los empleados en los establecimientos de hospedaje en la ciudad de Puno, de acuerdo a la encuesta realizada por el ejecutor responsable de la investigación.	39
4. Porcentaje de remuneraciones que se destina para consumo	45
5. Nivel de importancia del ambiente laboral	53
6. Importancia de la remuneración para la satisfacción laboral	54
7. Calidad de servicio modelo Servqual	64
8. Calidad de atención del personal	66

## ÍNDICE DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
1. Matriz de Consistencia	93
2. Encuesta para el personal de hospedajes de la ciudad de Puno	94
3. Encuesta sobre la calidad del servicio del hospedaje	96
4. Encuesta de calidad de atención para conocimiento de las competencias del personal	97

## RESUMEN

El trabajo de investigación, plantea la problemática en relación a la demanda del servicio de hospedaje en la ciudad de Puno, el cual se advierte en épocas altas, cuando la capacidad instalada del mercado hotelero es rebasado, por la afluencia de turistas, y es en esta coyuntura que pasa a un segundo plano la calidad de los servicios, como consecuencia de que existe una mano de obra no calificada y con remuneraciones iguales o por debajo de la Remuneración Mínima Vital (RMV) y con dos niveles de trabajadores, donde unos se encuentra en planilla de remuneraciones y otros fuera de la planilla. Se plantea como objetivo en el trabajo de investigación, determinar los efectos del nivel remunerativo igual o por debajo de la Remuneración Mínima Vital del personal e incidencia en la calidad de servicios prestados por el personal en los establecimientos de hospedaje en la ciudad de Puno. En metodología, el tipo de investigación es descriptiva, el diseño de investigación es no experimental, y el enfoque de investigación es cuantitativa. La conclusión principal es que existe correlación entre la percepción de la remuneración y el promedio de la encuesta calidad de servicio de Servqual cuyo coeficiente es de 0.48671129 y el coeficiente de correlación entre la percepción de la remuneración y el promedio de la encuesta de calidad de atención del personal es de 0.441092125. Dichos valores indican que existe correlación lineal entre las variables y es de tendencia positiva o directa porque tiene tendencia a +1, es decir que la dependencia está en que, si la variable remuneración disminuye, también la variable calidad de servicio disminuye, y si la variable remuneración aumenta, la calidad de servicio también aumenta.

**Palabras clave:** calidad de servicio, hospedaje, Puno, recursos humanos, remuneración, y turismo.

## **ABSTRACT**

The research work, raises the problematic in relation to the demand of the lodging service in the city of Puno, which is noticed in high times, when the installed capacity of the hotel market is exceeded, due to the influx of tourists, and it is at this juncture that the quality of services takes to the background, as a consequence of the fact that there is an unskilled and remunerated workforce equal or below the RMV and with two levels of workers, where some are on the payroll and others outside the payroll. The objective of the research work is to determine the effects of the remuneration level equal to or below the Minimum Vital Remuneration of the staff and impact on the quality of services provided by the staff in the lodging establishments in the city of Puno. In methodology, the type of research is descriptive, the research design is non-experimental, and the research approach is quantitative. The main conclusion is that there is a correlation between the remuneration perception and the average of the Servqual service quality survey whose coefficient is 0.48671129 and the correlation coefficient between the remuneration perception and the average quality of care survey of the staff is 0.441092125. These values indicate that there is a linear correlation between the variables and is of a positive or direct tendency because it has a tendency to +1, that is to say that the dependency is that, if the remuneration variable decreases, also the variable quality of service decreases, and if the variable remuneration increases, the quality of service also increases.

**Keywords:** quality of service, lodging, Puno, human resources, remuneration, and tourism.

## INTRODUCCIÓN

Los establecimientos hoteleros deben mantener un nivel de empatía elevado, especialmente, los empleados de los hoteles de mayor categorización deben conocer e identificar las necesidades específicas de cada cliente para buscar lo mejor para sus intereses. En general, los hoteles de todas las categorías, se deben esmerar en hacer sentir a sus huéspedes que son importantes y especiales, y que la empresa se preocupa por ellos, por sus intereses y necesidades, como una orientación estratégica centrada en mantener y fortalecer los vínculos con los clientes actuales en lugar de sustituirlos por otros, para que los clientes activos se tornen en socios. (Moreno *et al.*, 2016)

Los recursos humanos son considerados como un valor estratégico para la empresa. Este valor estratégico, lo es aún más en las actividades del Alojamiento y la Restauración, cuya calidad depende en gran medida del buen hacer de los profesionales que prestan su servicio cada día a los clientes. (Navarro, Bravo, & Jeréz, 2008).

Las empresas que deseen ofrecer una alta calidad en la prestación del servicio deben buscar trabajadores más motivados y con mayores aspiraciones de promoción en su carrera laboral, los cuales estarán más comprometidos con su tarea y con la empresa.

Los huéspedes de hoteles son exigentes con la calidad de las instalaciones. Algunos hoteles confunden el nivel de las instalaciones con la calidad del servicio; pero si las necesidades básicas no fueron satisfechas (si la habitación no estaba limpia, los empleados no eran serviciales, etc.) las instalaciones no van a ayudar.

Ante este marco teórico sugerente de cómo gestionar los establecimientos de hospedaje y también como fuente de interrelación de la problemática de causa y efecto planteamos las falencias o aspectos negativos que nos motiva a plantear el problema de que los servicios de atención personalizada a los turistas no son los más adecuados, y esta afirmación es producto de la visita a los diferentes establecimientos de hospedaje en los cuales se ha recogido información valiosa referente a las remuneraciones que percibe el personal de los establecimientos de hospedaje. Otro elemento que se suma a esta negativa, es la actitud del empleador que poco le importa pagar como es debido a sus trabajadores, no motiva, no capacita y las evidencias de la falta de calidad servicio se advierten en una serie de acciones negativas que percibe el turista, el usuario, en los turistas internacionales

por limitaciones del idioma muchas veces no manifiesta los hechos negativos en la atención.

Los establecimientos de hospedaje deberían promover una mejor política de atención a los clientes, en este caso a los turistas, seleccionando al personal más adecuado, con competencias profesionales, otorgando una remuneración adecuada para que sus trabajadores se sientan motivados al mejor servicio y buen desempeño en el cumplimiento de sus funciones, el cual en la actualidad no es práctica común.

Es en este marco que para integrar y relacionar la temática de la calidad de servicios en el trabajo de investigación se ha estructurado la presentación de los resultados mediante capítulos:

Capítulo I: Revisión de literatura

Capitulo II: Planteamiento del problema

Capitulo III: Materiales y métodos

Capitulo IV: Resultados y Discusión

# CAPÍTULO I

## REVISIÓN DE LITERATURA

### **1.1. Marco teórico.**

Moreno & Coromoto (2016) indican que los establecimientos hoteleros deben insistir o mantener un nivel de empatía elevado. Especialmente, los empleados de los hoteles de mayor categorización (cuatro estrellas) deben conocer e identificar las necesidades específicas de cada cliente para buscar lo mejor para sus intereses. En general, los hoteles de todas las categorías, se deben esmerar en hacer sentir a sus huéspedes que son importantes y especiales, y que la empresa se preocupa por ellos, por sus intereses y necesidades, como una orientación estratégica centrada en mantener y fortalecer los vínculos con los clientes actuales en lugar de sustituirlos por otros, para que los clientes activos se tornen en socios.

A pesar de introducir el control y la medición en un gran número de procesos establecidos hoy en día en los hoteles como práctica de gestión extendida, ésta presenta niveles muy bajos en cuanto a la medición de los procesos llevados a cabo desde los departamentos de Recursos Humanos y su impacto en el negocio (Collins & Clark, 2003). Sin un buen sistema de medición no se puede conocer el grado de avance en la consecución de resultados, no se puede establecer cuál es el retorno de la inversión realizada o simplemente la efectividad de tal o cual programa de formación, o el nivel del clima de la organización (Fitz-enz, 2000). El establecer un buen programa de medición de la función de Recursos Humanos permite poder maximizar la eficiencia, la efectividad y el impacto del departamento (Cascio & Boudreau, 2011 y Correa, 2009)



Realizar un diagnóstico de la situación de los Recursos Humanos en las actividades de Alojamiento y Restauración. A partir de este diagnóstico se han elaborado propuestas de mejora relativas a la gestión del Capital Humano, como factor clave del desarrollo profesional de los trabajadores y de la competitividad de las empresas de Alojamiento y Restauración. (...) Los recursos humanos son considerados como un valor estratégico para la empresa. Este valor estratégico, lo es aún más en las actividades del Alojamiento y la Restauración, cuya calidad depende en gran medida del buen hacer de los profesionales que prestan su servicio cada día a los clientes. (Navarro *et al.*, 2008)

El éxito de las organizaciones modernas radica cada vez más en la capacidad de integrar a los trabajadores en sus proyectos empresariales, de modo que todos los empleados consideren los objetivos corporativos como propios. Las compañías hoteleras están comenzando a comprender que los empleados no se retienen únicamente mediante el salario, y el descubrimiento de los factores que influyen en el grado de satisfacción de los trabajadores empieza a ser un elemento de interés. (...) En consecuencia, las empresas que deseen ofrecer una alta calidad en la prestación del servicio deben buscar trabajadores más motivados y con mayores aspiraciones de promoción en su carrera laboral, los cuales estarán más comprometidos con su tarea y con la empresa. En este artículo se presentaron los resultados de una investigación centrada (López, Guzmán & Sánchez, 2010)

La Calidad, satisfacción y experiencia en hotelería la calidad de los servicios resulta un factor fundamental para la competitividad en el sector turístico. Así, los emprendimientos hoteleros termales o no deben incluir en su planificación y gestión esa premisa, principalmente incorporándola en las estrategias corporativas de los emprendimientos. El concepto de calidad se encuentra en constante evolución, adquiriendo nuevos significados con el correr del tiempo y del modelo de negocio que la emplea (Almeida, Redín & Castilla, 2006) Esto es confirmado por (Chon & Sparrowe, 2000). Las expectativas de los consumidores son el principal punto para evaluar los servicios de una empresa. Los consumidores evalúan la calidad de un servicio comparando lo que quieren o esperan con las ventajas proporcionadas por la compra. Para brindar un servicio de calidad, las empresas deben operar en niveles que los consumidores consideren iguales o superiores a sus expectativas. Los consumidores son los únicos jueces de la calidad de los servicios, por lo tanto, de nada vale la satisfacción de la empresa si el consumidor no ve con los mismos ojos (Parasuraman, & Zeithalm & Berry, 1985)

Los huéspedes de hoteles son exigentes con la calidad de las instalaciones. Algunos hoteles confunden el nivel de las instalaciones con la calidad del servicio; pero si las necesidades básicas no fueron satisfechas (si la habitación no estaba limpia, los empleados no eran serviciales, etc.) las instalaciones no van a ayudar. Se trata de un conjunto dinámico que debe ser trabajado (Albrecht & Bradford, 1992 y Monfort *et al.*, 2013)

La calidad de servicio de las empresas hoteleras constituye un elemento clave de su éxito...” (Garazo *et al.*, 2011): Este artículo propone el uso de un modelo de ecuaciones estructurales para determinar la calidad en el servicio ofrecido por dos hoteles de la ciudad de Cartagena de Indias clasificados en la categoría de cinco estrellas, combinando el modelo de Oh (1999) con el instrumento original de Parasuraman *et al.*, (1985) El resultado es un diagnóstico general de las variables que mayor influencia ejercen sobre la satisfacción de los clientes y la motivación a recomendar los servicios a otras personas. (Vergara *et al.*, 2011)

La calidad como valor surge a mediados del siglo xv cuando algunos negociantes empiezan a producir/ofrecer productos más baratos y de peor calidad (no excelentes) para llegar a un mercado más amplio. La calidad como valor no significa ya “lo mejor” en sentido absoluto, sino “lo mejor para cada tipo de consumidor”, es decir, según (a) el uso que el consumidor hace del producto, y (b) el precio del mismo (Feigenbaum, 1951), en (Reeves & Bednar , 1994)

### **1.1.1 Servqual**

En la actualidad SERVQUAL es el modelo de investigación más usado para medir la calidad de servicios. “permite a los gestores detectar, de acuerdo con los índices, qué aspectos del servicio son importantes y cuál es el nivel de satisfacción como resultado de la comparación de la importancia de un servicio con la satisfacción proporcionada por ese servicio” (Gadotti.& Franca, 2009)

Este instrumento de medida puede ser de gran utilidad para el desarrollo de evaluaciones periódicas de calidad que permitan detectar la eficacia de los cambios incluidos en la prestación del servicio. No obstante, para construir relaciones duraderas con los clientes no es suficiente con evaluar periódicamente

el nivel de calidad de servicio que la empresa está ofreciendo, sino que es necesaria una mejor comprensión de sus preferencias. (Martín & Recio, 2006)

Tabla 1  
*Cuadro SERVQUAL*

Dimensiones	Indicadores
Confiabilidad	Entendida como la habilidad de desarrollar el servicio prometido precisamente como se pactó y con exactitud.
Responsabilidad	Como la buena voluntad de ayudar a sus clientes y brindar un servicio rápido.
Seguridad	Como el conocimiento de los empleados sobre lo que hacen, su cortesía y su capacidad de transmitir confianza.
Empatía	La capacidad de brindar cuidado y atención personalizada a sus clientes.
Bienes materiales o tangibles	Son los aspectos físicos que el cliente percibe en la organización. Cuestiones con la apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y material de comunicación, limpieza y modernidad son evaluadas en los elementos personas, infraestructura y objetos

Fuente; (Schiffman & Lazar, 2001)

Según el Decreto Legislativo 728 en su Artículo 3.- El ámbito de aplicación de la presente Ley comprende a todas las empresas y trabajadores sujetos al régimen laboral de la actividad privada.

**Artículo 4.-** En toda prestación personal de servicios remunerados y subordinados, se presume la existencia de un contrato de trabajo a plazo indeterminado. El contrato individual de trabajo puede celebrarse libremente por tiempo indeterminado o sujeto a modalidad. El primero podrá celebrarse en forma verbal o escrita y el segundo en los casos y con los requisitos que la presente Ley establece. También puede celebrarse por escrito contratos en régimen de tiempo parcial sin limitación alguna. **Artículo 5.-** Los servicios para ser de naturaleza laboral, deben ser prestados en forma personal y directa sólo por el trabajador como persona natural. No invalida esta condición que el trabajador pueda ser ayudado por familiares directos que dependan de él, siempre que ello sea usual dada la naturaleza de las labores. **Artículo 6.-** Constituye remuneración para todo efecto legal el íntegro de lo que el trabajador recibe por sus servicios, en dinero o en especie, cualesquiera sean la forma o denominación que se le dé, siempre que

sea de su libre disposición. La alimentación otorgada en crudo o preparada y las sumas que por tal concepto se abonen a un concesionario o directamente al trabajador tienen naturaleza remuneratoria cuando constituyen la alimentación principal del trabajador en calidad de desayuno, almuerzo o refrigerio que lo sustituya o cena. (\*) (\*) Artículo modificado por el Artículo 13 de la Ley N° 28051, publicado el 02-08-2003, cuyo texto es el siguiente:

**"Artículo 6.-** Constituye remuneración para todo efecto legal el íntegro de lo que el trabajador recibe por sus servicios, en dinero o en especie, cualquiera sea la forma o denominación que tenga, siempre que sean de su libre disposición. Las sumas de dinero que se entreguen al trabajador directamente en calidad de alimentación principal, como desayuno, almuerzo o refrigerio que lo sustituya o cena, tienen naturaleza remunerativa. No constituye remuneración computable para efecto de cálculo de los aportes y contribuciones a la seguridad social, así como para ningún derecho o beneficio de naturaleza laboral el valor de las prestaciones alimentarias otorgadas bajo la modalidad de suministro indirecto." (Congreso de la República, 2003).

Es nuestra posición, por la experiencia profesional en el ámbito del turismo que el personal de atención directa a los turistas debe estar adecuadamente motivado para prestar el servicio que realmente debe recibir el turista, que viene con expectativas bastante altas sobre los recursos turísticos de la Región Puno, pero se encuentra con una realidad nada agradable en la recepción misma del establecimiento del hospedaje. El turista por supuesto no entiende dicha actitud y lo toma como baja calidad de atención al cliente, cuando en realidad, el que emprende este tipo de servicios turísticos no ha determinado una política clara de motivación al personal, de seleccionar al personal más adecuado para una mejor atención, de promover la profesionalización de su personal. Entonces en la actualidad se practica solamente el proceso de determinar los servicios en base a la rentabilidad o al beneficio que se pueda obtener por la tarifa del hospedaje en sus diversas modalidades, descuidando los procedimientos y protocolos de atención, así como la prestación de los servicios complementarios del hospedaje el cual incide negativamente en la percepción del buen servicio por parte de los turistas.

Se asume que la Remuneración Mínima Vital utilizada como base para el cálculo de algunos conceptos remunerativos (asignación familiar, aporte a ESSALUD, entre otros) es la determinada por Decreto Supremo.

Por último, se sabe que los sueldos o salarios, incentivos y gratificaciones, son la compensación que los empleados reciben a cambio de su labor; en ello la administración del departamento de personal a través de esta actividad vital garantiza la satisfacción de los empleados, lo que a su vez ayuda a la organización a obtener, mantener y retener una fuerza de trabajo productiva. (Werther & Davis, 1996)

La remuneración mínima vital establecida en el Artículo 3° de la Resolución Ministerial N° 091-92-TR, indica que una jornada de trabajo es de 8 horas diarias o 48 horas semanales y se percibe la remuneración mínima; en el caso de trabajar menos de 4 horas diarias el sueldo será proporcional a la remuneración mínima. (MTPE, 1992)

El Artículo 24 de la Constitución Política del Perú de 1993 establece que el trabajador tiene derecho a una remuneración equitativa y suficiente, que procure para él y su familia el bienestar material y espiritual; el mismo artículo señala que las remuneraciones mínimas se regulan por el Estado con participación de las organizaciones representativas de los trabajadores y de los empleadores. (PCM, 1993). La institución encargada de proponer los cambios en la remuneración mínima es el Consejo Nacional del Trabajo; el reajuste de la remuneración mínima se da en función al aumento de la productividad multifactorial (del trabajador, del capital y otros aspectos involucrados en el proceso productivo) y al incremento esperado de los precios medidos por la inflación subyacente esperada (no considera precios volátiles).

La noción de remuneración es la dimensión contraprestativa que significa cambio de la fuerza de trabajo por su equivalente en dinero o en especie y en su dimensión social como principal medio de vida de la clase trabajadora y herramienta de conquista de un bienestar material y espiritual. Garantía de un status social que permita al trabajador ejercer su ciudadanía.

El Artículo 24 de la Constitución Política del Perú indica que el trabajador tiene derecho a una remuneración equitativa y suficiente, que procure, para él y su familia, el bienestar material y espiritual. El pago de la remuneración y de los beneficios sociales del Trabajador tiene prioridad sobre cualquiera otra obligación del empleador. Las remuneraciones mínimas se regulan por el Estado con participación de las organizaciones representativas de los trabajadores y de los empleadores.

Asimismo, el Artículo 6 de Ley de Productividad y Competitividad Laboral y 10 de su Reglamento indica que constituye remuneración para todo efecto legal, con excepción del Impuesto a la Renta que se rige por sus propias normas, el íntegro de lo que el trabajador percibe por sus servicios, en dinero o en especie, cualquiera sea la forma o denominación que se le dé, siempre que sea de su libre disposición.

Respecto a la jurisprudencia para el pago de la remuneración mínima y su prohibición de no ser reducida está en Sentencia Tribunal Constitucional Expediente N° 3331-2003-AA/TC PIURA, en el que el Tribunal declara fundada la demanda interpuesta en la acción de amparo y ordena que la Universidad de Piura cumpla con abonar el íntegro de su remuneración antes del recorte, así como los montos dejados de percibir (...). La ley permite la reducción unilateral de la jornada, pero esto no implica una reducción de la remuneración salvo pacto expreso.

Asimismo, se determina por Casación N° 2224-2005-Lima que la reducción de remuneración requiere de un acuerdo entre las partes expreso para que sea legal y no sea un acto de hostilidad.

Respecto a la prueba de pago Prueba del pago se indica que debe pagarse en dinero o en especie y que el documento de prueba del pago es la boleta de pago: El empleador deberá entregar al trabajador el original de la boleta de pago en el tercer día hábil siguiente a la fecha de pago. (art. 19 D.S. N°001-98-TR) y que la boleta de pago debe tener los mismos datos que figuran en planillas.

### **1.1.2 Remuneraciones**

La remuneración es la retribución monetaria que se da en pago por un servicio prestado o actividad desarrollada. Es la compensación económica que recibe un

colaborador por los servicios prestados a un determinada empresa o institución. Y está destinada a la subsistencia del trabajador y de su familia. En otras palabras, constituye las recompensas de todo tipo que reciben los colaboradores por llevar a cabo las tareas que les asigno la organización; la compensación puede ser directa e indirecta, la compensación directa es el pago que recibe el colaborador en forma de sueldos, salarios, primas y comisiones. La compensación indirecta, llamada también beneficios, son las que se otorgan por derechos y prestaciones que se adquieren, como son las vacaciones, gratificaciones, asignación familiar, seguros, etc.

### **1.1.3 Nivel De Remuneraciones**

El proceso de establecer niveles de remuneración al tiempo que se asegura la equidad externa e interna, consta de cinco pasos: 1) Realizar una encuesta de sueldos para saber lo que pagan otras empresas por puestos comparables, 2) Determinar el valor de cada puesto en la organización mediante la valuación de puestos, 3) Agrupar puestos similares en grados de remuneración, 4) Asignar un valor a cada grado de remuneración mediante las curvas salariales, y 5) Ajustar los niveles de sueldo.

La remuneración básica constituye la remuneración mínima que se otorga por desempeñar un puesto de trabajo, se le ha dado esta cantidad la calificación de básica porque sirve de base para los demás pagos complementarios. Se entiende que esta remuneración en la mayoría de los casos es superior al salario mínimo y en otros se identifica con este y su fijación depende del pacto o convenio colectivo o bien de disposición legal, esta remuneración básica consecuentemente excluye las gratificaciones, bonificaciones y toda otra remuneración eventual o permanente, así como asignaciones por variaciones de precios o por negociación colectiva, y los anticipos de los aumentos por pactarse. Cuando la empresa no tiene establecida la política remunerativa y/o escala de remuneraciones, se opta por tomar la Remuneración Mínima Vital establecida por el estado como remuneración básica

## 1.2. Antecedentes

Dentro de los antecedentes de investigación se describen los estudios y trabajos realizados que nos ayudaron y sirvieron de fundamento teórico; directamente para poder consolidar con mucha claridad el trabajo de investigación. de (Gutiérrez, 2014) concluye; Que los diferentes modelos de calidad de servicio en hotelería. La implantación de una filosofía de calidad de servicio en un establecimiento hotelero es evaluada en la investigación académica analizada como fundamental por cuanto implicará una actitud positiva del cliente hacia la repetición de la compra y también una recomendación positiva del establecimiento (Olorunniwo, Hsu & Udo, 2006); siendo una filosofía que incide directamente sobre la cuenta de resultados en tanto implica clientes satisfechos que repiten. La industria hotelera presenta unos rasgos propios ya que se considera un producto-servicio (García, 2001) pero que está altamente influida por las opiniones y valoraciones hechas por los clientes. Este hecho implica la necesidad de establecer unos puntos de vista específicos que incluyen, entre otros, aspectos relacionados con la calidad de servicio (Reisinger, 2001)

Arohuanca (2010) identifica los factores de éxito y finalmente los factores críticos de éxito que potencian el desarrollo turístico competitivo de la comunidad de Uros en el periodo de estudio, cuya proyección se soporta en el cuadro de mando integral o Balanced scorecard, en base a objetivos, estrategias, indicadores y principales actividades y se establecieron que son: Preservación de la Identidad cultural, tradiciones, vivencias y la unidad organizacional. (Particularidad del modus vivendi), Habilidades en servicios turísticos con adaptación al cliente. (Desarrollo de actividades y competencias técnico productivas), entre otras. Por tanto, es necesario comentar que el personal con las que cuentan los establecimientos de hospedaje debe tener las competencias profesionales para entender estas actividades y comunicar adecuadamente a los turistas estas particularidades para que estos clientes concurren a los destinos turísticos debidamente informados y vivan la experiencia.

Silva (2006) valida el instrumento de medición de la calidad percibida del producto turístico, OFERTQUAL, en el contexto del producto turístico de la provincia de Puno. Realiza la medición de la calidad de los productos turísticos y demuestra que el índice OFERTQUAL total no ponderado es de 0,94 quedando demostrado que son mayores a cero, ya que las percepciones superan las expectativas, por lo tanto, podemos decir



anticipadamente que la calidad del producto turístico en la provincia de Puno es buena, pero existe carencia de calidad en algunos ítems. La calidad del producto turístico incide directamente en la demanda de los turistas reflejándose en el incremento anual de los arribos de turistas extranjeros a la provincia de Puno, y como resultado genera mayor gasto del turista, empleo e incremento del ingreso per cápita del poblador de la provincia de Puno, por lo que también es necesario implementar un proyecto de desarrollo turístico para mejorar la calidad en los ítems peor calificados e incrementar atractivos y servicios turísticos de calidad en la provincia de Puno. Esta conclusión es determinante para realizar nuestro trabajo de investigación en consideración a que la expectativa del turista es alta respecto a los recursos turísticos de Puno, sin embargo, es posible que su percepción respecto a la atención en los establecimientos de hospedaje sea negativa por la falta de profesionales de la especialidad y por la desmotivación del personal que los atiende por la remuneración por debajo de la remuneración mínimo vital.

Castro(2017) concluye que el personal que tiene contacto directo con los huéspedes no cuenta con la preparación necesaria para poder desempeñar sus funciones con eficiencia, debido a que sólo cuentan con educación primaria y secundaria, así mismo, cabe resaltar que el personal que desempeña funciones administrativas, contables y del diseño arquitectónico del hotel son profesionales. Por otro lado, el personal está constituido principalmente por hombres adultos, la mayoría de los cuales son procedentes de la ciudad de Chimbote.

Calderón (2016) indica en su resumen: “a través de instrumentos que se encargaron de apreciar nuestras dos variables del presente estudio, la primera de ellas la independiente, la política de desarrollo del talento, la segunda la dependiente es la calidad del servicio hotelero, obteniendo un índice de correlación de 0.981 pto. es decir 98.1%, con un índice de libertad de ,019 o 1,9%, con lo que validamos nuestra hipótesis alterna; la cual supone que a mayor aplicación de las políticas desarrollo de talento humano orientadas mejorará la calidad de servicio hotelero en los casos de estudio, lo cual se puede manifestar a través de una percepción regular de los indicadores de ambas variables.”

Cañi (2016) indica en su primera conclusión que : El presente trabajo determinó que si existe correlación entre la Gestión de Servicio al cliente y el nivel de Rentabilidad, al mismo tiempo mediante la prueba de Spearman se pudo saber que esta correlación es significativa y positiva y que esto se debe a distintos factores del turista que hace uso del

servicio de hospedaje, como su nivel de percepción de la Gestión de Servicio y la calidad brindada por los establecimiento de hospedaje, así mismo que hoy en día el turista no sólo busca un lugar de descanso y pernocte, sino también un complemento a su experiencia de viaje. Por ello, el alojamiento es valorado en base a su infraestructura de acogida y equipamiento; así como, a su servicio por medio de la atención cordial y amable del empleado atenta a las necesidades del consumidor (atención personalizada).

Cartagena (2016) presenta como conclusión que “en la ciudad de Puno, al año 2014, en los establecimientos de hospedaje la gestión de marketing interno influyó en el 84.2% en los niveles de calidad de trato hacia los trabajadores por parte de los propietarios y/o gerentes, por tanto la gestión de marketing interno de los establecimientos de hospedaje fue no tan optima (es inferior al 90%), pues no se aplicó el 15.8% de la teoría de marketing interno.”

Chavarría (2017) indica en su resumen: que tiene como propósito conocer el desempeño laboral de los colaboradores del establecimiento considerando que el cliente interno es el elemento más importante de la empresa, ya que gracias a ellos la empresa puede brindar un buen servicio y por ende obtener ganancias, principal objetivo de un hotel. Con un total de 29 colaboradores, la investigación es no experimental de corte transversal de tipo descriptiva. Se realizó una encuesta al colaborador y a los jefes encargados de cada área para obtener desde ambos puntos de vista el actual desempeño laboral, los resultados se distribuyeron en cuadros y gráficos estadísticos donde se determinó que el colaborador posee habilidades, capacidades y comportamientos que permiten un buen desempeño personal y un trabajo en equipo, a la vez los colaboradores adaptan sus objetivos personales con los de la empresa; sin embargo, hay situaciones de incertidumbre o herramientas necesarias que la empresa no está proporcionando y no permiten alcanzar todos los objetivos.

Siclla (2017) concluye que existe relación entre la calidad de alojamiento en hoteles de dos estrellas de Churín y el incremento del turismo porque los resultados demostraron que es importante que los hoteles de dos estrellas de Churín cuenten con el personal idóneo para brindar un servicio adecuado al turista y así asegurar la calidad de alojamiento.

Albarrán (2019) indica en sus conclusiones que la percepción de los turistas comparativamente entre la calidad de los hoteles de tres y cuatro estrellas en la ciudad de

Cajamarca es positiva, pues tras el análisis de los datos, obtenidos del Hotel Costa del Sol y el Hotel Continental, se pudo apreciar que las dimensiones del método SERVQUAL obtuvieron calificaciones de bueno a excelente, calificando no solo la infraestructura sino también el trato personal que recibieron como de la mejor calidad. Asimismo, indica que el nivel de atención que se brinda en los hoteles de tres y cuatro estrellas en la ciudad de Cajamarca; es satisfactoria, enfatizando el trato amable que recibieron por parte de los colaboradores de ambos establecimientos.

Carbajal (2016) indica en el resumen que los resultados demuestran que al mejorar una gestión basado en promover el talento humano de los operadores turísticos mejora significativamente la productividad y permite a la vez desarrollar los servicios turísticos pero además influye significativamente en el mismo desarrollo del turismo de la provincia de Huánuco. Igualmente indica que esta investigación correlacionó las 2 variables del problema llegando a comprobarse mediante una prueba paramétrica del Ji Cuadrado que efectivamente hay una correlación directamente proporcional. Finalmente se concluye de manera general que, a mayor gestión del talento humano, mayor es el desarrollo del turismo, aceptando la hipótesis alterna y rechazando la hipótesis nula, esto nos llevó a establecer varias conclusiones y establecer algunas acciones como sugerencias finalmente.

Barrientos (2017) indica en sus conclusiones que: La capacitación al personal directivo o colaboradores, conseguirá como resultado que la mayoría reconozca que se ha Mejorado la Calidad de atención por el impacto positivo en el huésped y los cambios en el servicio. Esencialmente se destacaría el incremento de sus conocimientos con los cuales se obtendría un desempeño responsable que los apoya a la superación laboral. Como conclusión final, es la importancia de gestionar la calidad en un hotel para conseguir clientes satisfechos y lograr ahorro en una gestión integral de la empresa para obtener óptimos resultados. La Gestión de la Calidad Total es costosa de poner en marcha, pero una vez implantada en un hotel los costes se reducen a largo plazo.

Gonzales (2014) indica lo siguiente: La conclusión que saco es la importancia de satisfacer al consumidor. Un consumidor satisfecho repite de establecimiento ya sea el mismo hotel u otro de la misma cadena o grupo, entonces se generan clientes para otros hoteles del grupo. También se aprecia la importancia de que el cliente se vaya satisfecho de un hotel porque a la hora de expresar sus experiencias en las webs como

Tripadvisor.com o Booking.com pueden condicionar a otros clientes con los comentarios que se escriben a la hora de elegir un hotel u otro en base a puntuaciones y comentarios. Esta situación post consumo es muy importante de controlar, puesto que, la opinión del cliente una vez abandona el hotel es muy difícil cambiarla.

Noel & Serna (2017) indica en sus conclusiones lo siguiente: Se determinó que la gestión del talento humano es eficiente, por lo que a través de ello se lograra una excelente calidad en el servicio brindado superando expectativas y fidelizando a los clientes. La gestión del talento humano es un factor crítico a la hora de mantener una ventaja competitiva, por ello en la primera etapa de incorporación de personal, se debe garantizar la disponibilidad del potencial humano, su comportamiento activo, creativo, motivado y comprometido con la misión y estrategia de la organización. Como se muestra en los resultados obtenidos, el reconocimiento del esfuerzo y un buen sistema de incentivos son puntos claves para motivar a los trabajadores, y de esta manera ellos brinden un servicio de calidad logrando altos niveles de desempeño. Los establecimientos de hospedaje deben tomar en cuenta que tanto la capacitación como el desarrollo de los recursos humanos son elementos precisos en el desempeño para el logro de objetivos de toda organización.

Almadana (2016) indica en sus conclusiones: La evidencia empírica es suficiente para concluir que de acuerdo a nuestra “hipótesis 1” la retribución extrínseca financiera directa de tipo fijo es más valorada y termina condicionando las variables dependientes del comportamiento organizacional, es decir, las nuevas tendencias y modelos de compensación en relación a la era actual de la información y la apuesta por el capital humano y retención de talento deberían ofrecer mayores resultados tanto en la retribución no financiera como en la retribución intrínseca, sin embargo en el estudio empírico la valoración de los profesionales de recursos humanos es mayor para la retribución de tipo extrínseca financiera directa fija y solo después para la retribución intrínseca. Por tanto, podemos afirmar que las organizaciones apuestan por la compensación total pero aún existe una importante referencia a la retribución fija. En definitiva, el estudio de la compensación total en las organizaciones es complejo ya que forma parte de la estrategia de recursos humanos y por consiguiente de la estrategia de la organización que está sujeta a constantes cambios y forma parte del proceso de intercambio de incentivos y contribuciones con el personal de la propia organización que a su vez está sujeto a las influencias de numerosas variables del comportamiento organizacional. Entender los factores de comportamiento de las personas y cómo, a la luz de estos factores, qué

procesos y prácticas de compensación pueden ser desarrollados para aumentar la satisfacción, el compromiso de trabajo, la productividad, la conducta positiva, etc.

Davidson (2007) indica en sus conclusiones: De esta manera se tomaron en cuenta los factores que involucran a la calidad, y considerando que las personas a través de su interacción diaria con los huéspedes serán los medios por el cual la organización ofrezca el nivel de servicios esperado, resulta fundamental el análisis del factor humano de la organización; puesto que un empleado desmotivado y con poco entrenamiento escasamente logre los niveles exigidos. Por lo tanto, resulta fundamental el análisis de la capacitación y la motivación que reciben los colaboradores del área de recepción del hotel Esturión & Lodge. A partir de estas premisas se consideró la incidencia que la motivación y la capacitación ejercen en el proceso de calidad de servicios en atención al huésped. Teniendo a los colaboradores del área de recepción del hotel Esturión & Lodge como unidad de estudio se buscó conocer la percepción que estos poseen respecto a la calidad, contrastándolo con lo elaborado por la organización a través del manual del colaborador. Respecto a la motivación y capacitación, de igual manera, se buscó conocer la opinión de los colaboradores y su correspondiente contrastación por lo expresado formalmente desde la organización. Durante el trabajo de campo realizado pudieron advertirse ciertas falencias en lo que respecta a la calidad del servicio en la atención al huésped, fruto de una escasez de políticas dirigidas a la gestión de calidad del servicio.

Joubert (2015) indica en sus conclusiones que el discurso de gerentes y/o dueños acerca de que los clientes internos son un eslabón importante en la entrega del producto y servicio no coincide con las acciones llevadas a cabo por los hoteleros. Prueba de ello son las deficiencias en el reclutamiento e inducción del personal que se repiten en las empresas familiares, desencadenando frecuentemente un alto índice de rotación de personal en algunas áreas. Si bien es cierto que existen motivos generalizados en toda la industria hotelera para esta situación, sería interesante indagar cuáles son las causas que motivan las desvinculaciones, más allá de considerar que son “personas jóvenes e inquietas que aspiran a otras cosas”, o que no se adaptan a los horarios de la hotelería. La débil preocupación por capacitar al personal de todas las áreas es otra prueba que da su aporte a esta idea. Son muy pocos quienes adhieren a ofrecer capacitación y los hoteles de cadena llevan la delantera en este sentido. Si bien es cierto que pertenecen a la Asociación Hotelera, todos los hoteles tienen una postura cómoda y conformista que lleva a pensar que no ven a la capacitación como una inversión, sino como un gasto, ya que

esperan que dicha entidad desarrolle los programas de formación y, si esto no ocurre, no los buscan en forma independiente.

Hurtado (2014) indica en sus conclusiones que de acuerdo a los resultados obtenidos en la escala de estimación de fuerza de trabajo aplicada a los trabajadores de la empresa para el desarrollo del estudio, se diagnosticó la necesidad de mejorar la atención al cliente del hotel del distrito de Huamanchuco, puesto que los trabajadores a veces no tienen mucha experiencia en el rubro, por lo tanto, es un factor limitante para la empresa. Mediante la encuesta mencionada anteriormente se pudo observar que el servicio de atención es un factor determinante de la práctica de gestión de recursos humanos, ya que los clientes al momento de llegar a la empresa buscan una atención amable, cortés y comodidad y en nuestro caso nos encontramos en que este aspecto perjudica la relación cliente-empresa.

Rioja (2018) presenta como conclusiones: En cuanto a la problemática del servicio del hotel se ha llegado a la conclusión que falta mejorar aspectos relacionados con la satisfacción del cliente, debido a inexistencia de una adecuada organización y comunicación entre las áreas del establecimiento, percibiendo desconfianza por los huéspedes al momento de elegir este hospedaje. Después de haber aplicado la entrevista a la gerente del Hotel se determina que la empresa no considera como una actividad a realizar la capacitación a su personal debido a que lo considera como un gasto.

Como se puede observar existe correlación entre el grado de confiabilidad y la percepción del cliente en un 89.4% y la sigma bilateral es  $0,0001 < 0.05$ . El cliente percibe que existe confiabilidad por parte de los colaboradores del Hotel, en el manejo de información de los servicios prestados.

La empatía del personal del área de front desk se relaciona significativamente con la percepción del cliente en el Hotel León de Oro Suites, distrito de Miraflores, 2017; arrojando niveles de 70%. La empatía es parte de los elementos intangibles de la calidad percibida, esto permite al hotel demostrar eficiencia en el servicio.

Nizama (2018) indica en sus conclusiones que el nivel de diligencia de la calidad percibida se relaciona con la percepción del buen trato que brinda el área de front desk en el Hotel León de Oro Suites, distrito de Miraflores, 2017; teniendo un nivel de 66.7%. Se pudo observar que la responsabilidad en el manejo de la información que prestan los colaboradores del Hotel es adecuada y oportuna.

## **CAPÍTULO II**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **2.1. Identificación del Problema**

En el contexto internacional y nacional el servicio de hospedaje ha cobrado gran importancia por su estrecha vinculación con el turismo, donde las empresas hoteleras para subsistir en el mercado competitivo tienen que estar al ritmo de la modernidad en nuestra ciudad el servicio de hospedaje está conformado por más de 670 establecimientos de hospedaje con más de 8,453 habitaciones y 15,172 camas entre sus diferentes categorías y no categorizados generando fuentes de trabajo por más de 21,771 trabajadores por año y haber recibido 675,516 turistas nacionales, 327,462 extranjeros haciendo un total de 1'002,978 turistas que pernoctaron en algún establecimiento de hospedaje, según el boletín informativo compendio 2016 INEI Puno, En todo el boletín lo que no se registra es la calidad de servicio que brinda cada uno de estos establecimientos y qué clase de personal cuenta cada una de ellas y cual su nivel remunerativo mensual, el grado de satisfacción de los trabajadores en lugar donde trabajan, y cómo es el trato que reciben por parte de los empleadores. Todos estos hechos nos motivan para hacer un análisis del nivel remunerativo que reciben estos trabajadores, la calidad de servicio que brindan al atender a los turistas, nacionales e internaciones y el nivel de formación profesional para atender en estos centros de hospedaje, estos aspectos consideramos que son los puntos débiles de los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Puno.

El aspecto negativo que nos motiva a plantear el problema es que los servicios de atención personalizada a los turistas no son los más adecuados, y esta afirmación es producto de la visita a los diferentes establecimientos de hospedaje en los cuales se ha recogido información valiosa referente a las remuneraciones que percibe el personal de los

establecimientos de hospedaje, siendo por debajo de la, Remuneración Mínima Vital RMV y que su grado de formación profesional es no calificada, su condición laboral es eventual, solo un mínimo porcentaje en estos establecimientos de hospedaje cuentan con personal calificado y con una remuneración igual o mayor a la RMV. También hay trabajadores con remuneraciones fuera de planilla, sin pagar prestaciones de salud y una serie de derechos laborales se le restringe al trabajador, y en este clima laboral es evidente que los trabajadores, trabajen mal aun siendo profesionales, otro elemento que se suma a esta negativa, es la actitud del empleador que poco le importa pagar como es debido a sus trabajadores, no motiva, no capacita y las evidencias de la falta de calidad servicio se advierten en una serie de acciones negativas que percibe el turista, el usuario, en los turistas internacionales por limitaciones del idioma muchas veces no manifiesta los hechos negativos en la atención.

Es necesario plantear que Puno es un destino turístico importante en nuestro país, por lo que los emprendedores de establecimientos de hospedaje deberían promover una mejor política de atención a los clientes, en este caso a los turistas, seleccionando al personal más adecuado, con competencias profesionales, otorgando una remuneración adecuada para que sus trabajadores se sientan motivados al mejor servicio y buen desempeño en el cumplimiento de sus funciones, el cual en la actualidad no es práctica común.

Los profesionales con formación universitaria tienen una conducta aspiracional de percibir una remuneración justa y equitativa que diferencia de alguna manera el estatus logrado en base al esfuerzo académico de formación por cinco años en el sistema universitario y por tanto recibir una remuneración por debajo de sus expectativas o recibir un pago equivalente a una remuneración mínima vital no garantiza una estabilidad emocional de satisfacción plena en la realización personal de un profesional por lo que como efecto se hace notar su ausencia en los establecimientos de hospedaje en estudio.

## **2.2. Enunciados del Problema.**

### **2.1.1 Pregunta General**

¿Cuál es el impacto de la remuneración percibida por el personal en la calidad servicios en los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Puno?



### **2.1.2 Pregunta Específica**

- ¿Cuáles son las causas para que los empleadores de los establecimientos de hospedaje paguen a sus trabajadores igual o por debajo de la remuneración mínima vital y cuál es la percepción del trabajador?
- ¿Cuáles son los indicadores de la calidad de servicio en la atención al turista nacional y extranjeros en los establecimientos de hospedaje?

### **2.3. Justificación.**

Existe carencia de información respecto a las remuneraciones percibidas por el personal de los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Puno, y aun no se tiene antecedentes de investigación al respecto en la biblioteca de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional del Altiplano.

Consideramos que, en cuanto a la aplicación del conocimiento, el sistema universitario debe contribuir con determinar niveles de eficiencia y eficacia en las instituciones donde se prestan los servicios que contribuyen al desarrollo del turismo en una ciudad con potencialidades de recursos turísticos.

En cuanto al aporte de marco teórico, el presente trabajo de investigación recopila la mayor información respecto a las variables de calidad de atención en los establecimientos de hospedaje con la finalidad de redactar un estado de arte actualizado en cuanto a los antecedentes y de esta manera se contribuya a la formulación de una adecuada discusión entre el marco teórico y los resultados a obtener.

A la culminación del trabajo de investigación sus conclusiones serán de utilidad para que los responsables del sector turismo, los propietarios y socios de estos establecimientos consideren asumir políticas adecuadas para la mejor gestión del potencial humano con la finalidad de mejorar la atención a los clientes.

La justificación metodológica está en la construcción de los instrumentos de recolección de datos y el acopio de dicha información en forma directa a los involucrados en el ámbito de investigación, mediante las visitas programadas a los principales establecimientos de hospedaje en la ciudad de Puno.

Finalmente, el presente trabajo de investigación pretende conocer la correlación de variables seleccionadas, las mismas que se demuestran en la contrastación de la hipótesis general y conocer el grado de influencia entre las variables.

## **2.4. Objetivos**

### **2.4.1 Objetivo general**

Determinar los efectos del nivel remunerativo igual o por debajo de la Remuneración Mínima Vital del personal e incidencia en la calidad de servicios prestados por el personal en los establecimientos de hospedaje en la ciudad de Puno.

### **2.4.2 Objetivos específicos**

- i. Analizar la percepción de las remuneraciones igual o menor a la remuneración mínimo vital y sus implicancias en la ausencia de trabajadores con formación profesional en la especialidad en los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Puno.
- ii. Conocer los indicadores de la calidad de servicio en la atención al turista nacional y extranjeros en los establecimientos de hospedaje en la ciudad de Puno.

## **2.5. Hipótesis.**

### **2.5.1 Hipótesis General**

El impacto de la remuneración percibida por el personal tiene efectos negativos en la calidad servicios en los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Puno.

#### **1) V.I. Nivel de remuneraciones del Recurso Humano**

##### **Indicadores:**

Planilla de remuneraciones con RMV

Remuneraciones por debajo de la RMV

Monto de remuneración actual

Horas extras

Percepción de justicia positiva (SI)

Percepción de justicia negativa (NO)

Percepción de equidad positiva (SI)

Percepción de equidad negativa (NO)

Otras modalidades de pago, u otros beneficios

Porcentaje de remuneración para el ahorro

Porcentaje de remuneración para el consumo

## **2) V.D. Calidad de servicio**

### **Indicadores:**

Fiabilidad

Capacidad de respuesta

Seguridad

Empatía

Elementos tangibles

### **2.5.2 Hipótesis Específicas**

- i. La percepción de las remuneraciones igual o menor a la remuneración mínimo vital es negativa y determina la ausencia de trabajadores con formación profesional en la especialidad en los establecimientos de hospedaje.
- ii. Los indicadores de la calidad de servicio en la atención al turista nacional y extranjeros en los establecimientos es regular.

## **CAPÍTULO III**

### **MATERIALES Y MÉTODOS**

#### **3.1. Ámbito de Estudio**

##### **3.1.1 Lugar de Estudio**

La investigación se realiza en la ciudad de Puno, de todos los establecimientos de hospedaje categorizados y no categorizados que son objeto de estudio.

Puno es un departamento del Perú situado en el sureste del país. Ocupa 67 mil km<sup>2</sup> de territorio conformado por la mitad occidental de la Meseta del Collao, al oeste del lago Titicaca, y las yungas amazónicas al norte. Limita al este con territorio boliviano, al suroeste con los departamentos de Tacna, Moquegua y Arequipa, al oeste con el del Cuzco y al norte con Madre de Dios.

La región Puno se localiza en la sierra sudeste del país, en la meseta del Collao a: 13°00'66"00" y 17°17'30" de latitud sur y los 71°06'57" y 68°48'46" de longitud oeste del meridiano de Greenwich. Limita por el Sur, con la región Tacna. Por el Este, con la República de Bolivia y por el Oeste, con las regiones de Cusco, Arequipa y Moquegua. La región Puno se encuentra en el Altiplano entre los 3,812 y 5,500 msnm y entre la ceja de selva y la Selva alta entre los 4,200 y 500 msnm. Cabe mencionar que la capital del departamento es la ciudad de Puno y está ubicada a orillas del lago Titicaca.

Según la proyección del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) al año 2012, se cuenta con 1'377,122 habitantes, que representan el 4.6% de la población nacional, ocupando el quinto lugar después de Lima, Piura, La Libertad

y Cajamarca. El 50.8 % de esta población es urbana y el 49.2% rural. La tasa promedio de crecimiento de la población urbana es de 2.1% anual (2007-2012), mientras que la población rural presenta un lento crecimiento de 0.7% anual, como consecuencia del proceso de migración del campo a la ciudad.

El potencial turístico es variado y amplio, con 174 atractivos registrados, de los cuales 51 son sitios naturales y 110 manifestaciones culturales. Turismo lacustre: El lago Titicaca que es el navegable más alto del mundo, las islas flotantes de Los Uros, las islas de Taquile, Amantani, Soto, Cotos y Suasi, las penínsulas de Capachica y Chucuito, las playas de Chifrón, Llachón, Charcas, Juli y Chatuma. Turismo vivencial: En las penínsulas de Capachica y Chucuito, las islas de Los Uros, Taquile, Amantani y el distrito de Atuncolla. Turismo histórico cultural: Cultura prehispánica (Pukara, Tiawanaku e Inca), complejos arqueológicos en Sillustani, Cutimbo y Kalasaya y una diversidad de iglesias coloniales en Juli, “La pequeña Roma de América” y Lampa con la única réplica en el mundo de “La Piedad” de Miguel Ángel. Turismo ecológico, de aventura y termalismo: Parque Nacional de Bahuaja Sonene, Reserva Nacional del Titicaca, nevados de Allin Capac, Huayna Capac, Chichi Capac y Kunurana, cañón de Tinajani, bosques de Puyas de Raimondi y queñuales y baños termales en Putina, Ollachea, Pojcpoquella (Ayaviri), Collpa Apacheta (Pichacani) y Uchuhuma (Coasa). (Plan de Desarrollo Regional Concertado de la Region Puno)

Asimismo, hay que mencionar que Puno, es “Capital del Folklore Peruano”, con más de 350 danzas ancestrales y su tradicional y mundialmente conocida “Festividad de la Virgen de la Candelaria”. La calidad y belleza de la artesanía en cerámica y tejidos tiene reconocimiento nacional e internacional. El flujo turístico nacional e internacional ha experimentado un incremento significativo en los últimos años, de 279,765 visitantes en el 2010 a 449,602 en el año 2011, siendo el promedio de permanencia de 1.4 días. Este flujo turístico proviene principalmente de Francia, Estados Unidos, Alemania y Argentina.

Tiene como lineamientos de política en el sector turismo, los siguientes:

Mejorar y diversificar la oferta del turismo con el desarrollo de nuevos circuitos y corredores turísticos, considerando las potencialidades naturales y culturales del departamento. Desarrollar y poner en valor los productos y atractivos turísticos,

mejorar las vías de acceso y la calidad de los servicios. Promover las manifestaciones culturales como artesanía, folklore y gastronomía, para incrementar el empleo productivo sostenible. Desarrollar una cultura turística y condiciones de seguridad e infraestructura de servicios para atraer la inversión privada. Fortalecer las acciones de mercadeo, marketing y articulación con operadores nacionales e internacionales.

### 3.2. Población

La población es todos los establecimientos de hospedaje de la Ciudad de Puno consistente en un total de 670. La muestra se tomará en forma señalada, digitada 02 hoteles por categoría las más representativas. La técnica de muestreo elegido en esta investigación es no probabilística, porque no todos los establecimientos de hospedaje son de la misma categoría y de la misma dimensión, para alcanzar nuestro propósito de investigación.

### 3.3. Muestra.

La muestra de los establecimientos de hospedaje es **no** probabilística, por elección arbitraria de la responsable de investigación por disponibilidad de acceso a la información del personal de los dos hoteles. La encuesta se aplicará al cien por ciento de los trabajadores de los establecimientos de hospedaje elegidos que se detalla a continuación.

Tabla 2

*Muestra N° de establecimientos de hospedaje - PUNO ciudad*

(Sujetos a Variación)							
MUESTRAS	NOMBRE COMERCIAL	CLASE	CATEGORÍA	N° HABITACIONES	N° CAMAS	N° TRABAJADORES EN PLANILLA	N° TRABAJADORES FUERA DE PUNO
1	Hotel Libertador Lago Titicaca	H	*****	123	231	79	
2	Casona Plaza Hotel	H	****	68	126	25	
	Hotel José Antonio			106	190	31	
3	Casa Andina Clasicc Tikarani	H	***	50	94	18	
	Conde de Lemus Inn			24	36	8	
4	Arequipa	H	**	20	37	7	
	Julio Cesar			27	39	9	
5	Inka Tours	H	*	21	22	7	
	Los Andes			27	45	9	
6	Totorani Inn	H	N/C	10	16	3	
	Qoñi Wasi			15	26	5	
	TOTAL					201	

Fuente: Mincetur - Dircetur – INEI

De acuerdo a la muestra determinada se aplicó las encuestas a los trabajadores de los establecimientos de hospedaje.

Tabla 3

*Total de trabajadores encuestados por establecimiento de hospedaje seleccionado - muestra ponderada*

CATEGORÍA	ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE SELECCIONADO	TOTAL	MUESTRA	NÚMERO DE
			PONDERADO <b>67.38%</b>	ENCUESTADOS
<b>5 ESTRELLAS</b>	LIBERTADOR	56	37.52	38
<b>4 ESTRELLAS</b>	JOSÉ ANTONIO	60	40.2	40
<b>4 ESTRELLAS</b>	CASA ANDINA ESTÁNDAR	16	10.72	11
<b>4 ESTRELLAS</b>	ROYAL INN	18	12.06	12
<b>3 ESTRELLAS</b>	CONDE DE LEMOS	15	10.05	10
<b>3 ESTRELLAS</b>	QALASAYA	22	14.74	15
<b>Total</b>		<b>187</b>	<b>125.29</b>	<b>126</b>

Procedimiento:  $(126/187 * 100 = 67.38\%)$  y  $(56 * 67.38\% = 37.50$  por redondeo 38) cada caso

El trabajo de investigación es de tipo causal, retrospectiva puesto que se investiga después de haber ocurrido los hechos, como remuneraciones pagadas dentro de planilla de remuneraciones y fuera de la planilla de remuneraciones, la calidad de servicios atendidos a los turistas en los centros de hospedaje, verificar el número de visitantes verificar en el cuaderno de quejas la mala atención al turista, mejorando estos servicios desde esa óptica en el futuro podríamos decir que es de tipo prospectiva porque pretende proyectar los resultados hacia el futuro, también debemos señalar que el diseño es no experimental ya que no se puede manipular las variables, es de tipo transversal ya que los datos podrán ser recolectados en un solo momento, por otro lado es descriptiva porque su finalidad es describir variables y analizar su incidencia en los establecimientos de Hospedaje, y por último podemos indicar que es explicativo ya que se quiere señalar el por qué algunos empresarios le es indiferente la atención al cliente con calidad de servicio.

### **3.1.2 Diseño de muestreo.**

La recolección de datos se realizó de la siguiente forma:

Coordinar con los trabajadores de los hoteles para obtener la información requerida, para desarrollar el presente trabajo.

Aplicación de la encuesta al cien por ciento de los trabajadores

Recopilar información de insatisfacción de clientes en los cuadernos de queja  
información recabada de INDECOPI

Comprobantes de pago que registren pagos a trabajadores por concepto de remuneraciones que acrediten pagos dentro de planilla y fuera de planilla de remuneraciones.

**Descripción detallada del uso de materiales, equipos insumos, entre otros.**

Cuaderno de campo

Cámara fotográfica

Video grabadoras para evidenciar la información requerida en el lugar de los hechos.

Laptop

**Descripción de variables a ser analizadas en el objetivo específico.**

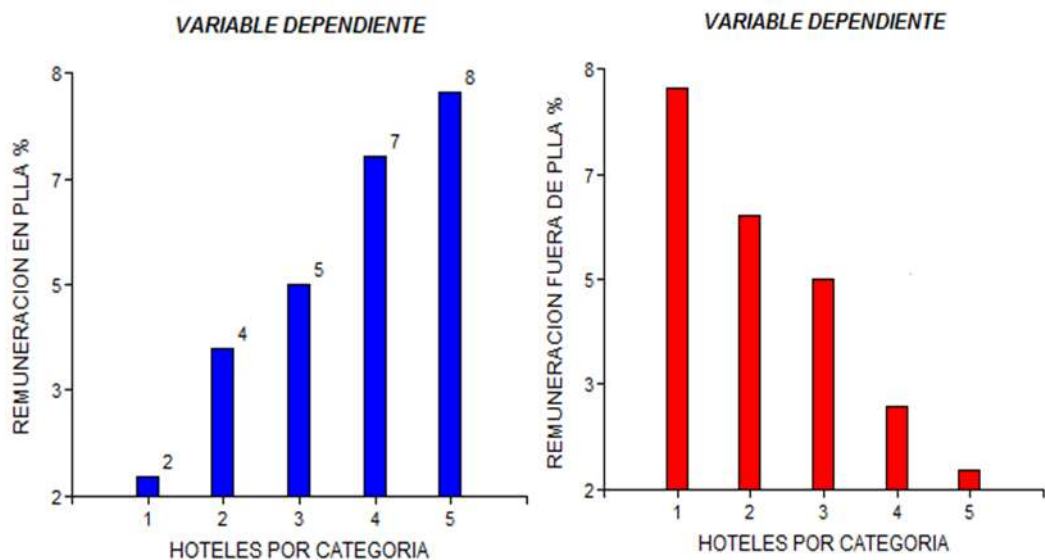


Figura 1. Hoteles por categoría

El lado derecho representa los porcentajes de trabajadores que se encuentran en planilla de remuneraciones en cada uno por categoría

El lado izquierdo representa el porcentaje de trabajadores que está fuera de planilla de remuneraciones en cada uno de los hoteles por categoría.



### **Aplicación de pruebas estadísticas.**

Para realizar las pruebas estadísticas se utiliza el coeficiente de correlación para probar la hipótesis y mediante las tablas de frecuencia. El plan de interpretación fue de la siguiente forma:

Contrastar resultados versus hipótesis

Contrastar resultados versus sustento teórico

Contrastar resultados versus antecedentes de investigación

Variables, dimensiones e indicadores

La fórmula del coeficiente de correlación que se utiliza para demostrar la hipótesis general es la siguiente:

$$r = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

$r$  = Coeficiente producto-momento de correlación lineal

$$x = X - \bar{X}; \quad y = Y - \bar{Y}$$

### **3.4. Método de investigación.**

#### **3.4.1 Método Deductivo**

Parte de lo general a lo particular, puede afirmarse que va de arriba hacia abajo. Es el método utilizado para formular el trabajo de investigación y para la obtención de los resultados de la investigación, referente al análisis poblacional y deducir a nivel de una muestra.

El método deductivo consiste en la totalidad de reglas y procesos, con cuya ayuda es posible deducir conclusiones finales a partir de unos enunciados supuestos llamados premisas si de una hipótesis se sigue una consecuencia y esa hipótesis se da, entonces, necesariamente, se da la consecuencia. El argumento deductivo

se contrapone al método inductivo, en el sentido de que se sigue un procedimiento de razonamiento inverso. En el método deductivo, se suele decir que se pasa de lo general a lo particular, de forma que partiendo de unos enunciados de carácter universal y utilizando instrumentos científicos, se infieren enunciados particulares, pudiendo ser axiomático-deductivo, cuando las premisas de partida están constituidas por axiomas, es decir, proposiciones no demostrables, o hipotéticos-deductivo, si las premisas de partida son hipótesis contrastables (Caballero, 2014)

### **3.4.2 Tipo de Investigación**

La investigación es de nivel descriptivo explicativo, porque busca conocer el nivel de relación entre las remuneraciones que perciben los trabajadores y el nivel de calidad de servicio en los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Puno.

La investigación descriptiva es un método de investigación que implica observar el comportamiento para describir atributos, objetiva y sistemáticamente. La investigación descriptiva se utiliza para descubrir nuevos hechos y significados de una investigación.

La investigación descriptiva es de naturaleza analítica, en la que los estudios en profundidad ayudan a recopilar información durante la investigación. La investigación descriptiva proporciona una base de conocimiento para llevar a cabo otra investigación cuantitativa.

En el ámbito de la Investigación, se conoce con el nombre de Investigación Explicativa al proceso orientado, no sólo a describir o hacer un mero acercamiento en torno a un fenómeno o hecho específico, sino que busca establecer las causas que se encuentran detrás de éste. En otras palabras, la Investigación Explicativa se basa principalmente en establecer el por qué y el para qué de un fenómeno, a fin de ampliar el ¿Qué? de la Investigación Descriptiva y el ¿Cómo? De la Investigación Explorativa. De esta forma, lejos de definir o solamente describir, la Investigación Explicativa explica el porqué de un fenómeno o hecho determinado.

Las investigaciones explicativas pretenden determinar cómo mencionamos antes “relaciones causales “que permitan explicar por qué se dan los fenómenos o la relación entre dos o más variables o situaciones.

### **3.4.3 Niveles de investigación**

Investigación aplicada: Esta clase de investigación también recibe el nombre de práctica o empírica. Se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos que se adquieren. La investigación aplicada se encuentra estrechamente vinculada con la investigación básica, que como ya se dijo requiere de un marco teórico. En la investigación aplicada o empírica, lo que le interesa al investigador, primordialmente, son las consecuencias prácticas.

### **3.4.4 Diseño de investigación**

El **Diseño No Experimental**, para determinar la relación de las puntuaciones obtenidas de ambas variables de acuerdo a Hernández (2005)

$$y = a + bx$$

Donde:

y = variable independiente

a = es una constante

x = variable dependiente

b = medida de variación de y por x

## **3.5. Técnicas e Instrumentos**

### **3.5.1 Técnicas**

La técnica para la recolección de información en el presente estudio será mediante la revisión de documentos, además de aplicar la técnica de observación directa, **entrevista y las encuestas** a los trabajadores y funcionarios de las empresas objeto de estudio.

### **3.5.2 Instrumentos**

El primer lugar se ha aplicado la ficha técnica de los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Puno, para realizar el reconocimiento de la muestra, en cuanto a infraestructura, capacidad hotelera, categoría, número de personal, confirmar direcciones, y verificar la información obtenida en la Dirección Regional de Turismo.

Los instrumentos utilizados para obtener información para el trabajo de investigación son los siguientes:

- a. Cuestionario sobre la percepción de la remuneración, condiciones de trabajo y satisfacción laboral. (Anexo 2)
- b. Cuestionario de calidad de servicio de Servqual (Anexo 3)

Las dimensiones de Servqual fueron las siguientes:

- Confiabilidad
  - Responsabilidad
  - Seguridad
  - Empatía
  - Bienes tangibles
- c. Cuestionario de calidad de atención para conocimiento de las competencias del personal. (Anexo 4)

### **3.5.3 Procedimientos procesamiento y análisis de información**

El procesamiento de datos será en forma manual y electrónica, a través del uso de las computadoras y determinados programas de procesamiento:

Cuadros de Distribución de frecuencias

Media Aritmética, para conocer el promedio de las frecuencias y analizar desde el punto de vista descriptivo.

Concluido el procesamiento de información anterior se procederá a realizar el análisis de la información e interpretación, con la finalidad de determinar las conclusiones del trabajo de investigación.

### 3.5.4 Técnicas de análisis de información

En el análisis de datos se utilizará tablas de frecuencia que representará a la frecuencia relativa y acumulada por cada uno de ítems determinado en los indicadores según las respuestas en los instrumentos de recolección de información.

### 3.6. Descripción detallada de métodos por objetivos específicos.

#### Cuadro de Recolección de Datos por Objetivos Específicos.

VARIABLES Y DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	ÍNDICES	INSTRUMENTOS
<b>V.I. Nivel de remuneración del Recurso Humano:</b>  Conjunto de normas y procedimientos tendientes a establecer estructuras de remuneraciones equitativas y justas en la organización. Estas estructuras de salarios deberán ser equitativas y justas.	Monto de la remuneración	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planilla de remuneraciones con RMV</li> <li>- Remuneraciones por debajo del RMV</li> <li>- Monto de remuneración actual</li> <li>- Horas extras</li> <li>- Otras modalidades de pago, u otros beneficios</li> </ul>	Enfoque cuantitativo o cualitativo	Escala de Likert	Encuesta Entrevista Método Delphi
	Percepción de la remuneración recibida	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Percepción de justicia positiva (SI)</li> <li>- Percepción de justicia negativa (NO)</li> <li>- Percepción de equidad positiva (SI)</li> <li>- Percepción de equidad negativa (NO)</li> </ul>			
	Porcentaje de destino de la remuneración	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Porcentaje de remuneración para el ahorro</li> <li>- Porcentaje de remuneración para el consumo</li> </ul>			
<b>V.D. Calidad de servicio:</b> Mide lo que el cliente espera de la organización que presta el servicio en las cinco dimensiones citadas, contrastando esa medida con la estimación de lo que el cliente percibe de ese servicio en esas dimensiones.	Calidad de servicio en establecimientos de hospedaje	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fiabilidad</li> <li>2. Capacidad de respuesta</li> <li>3. Seguridad</li> <li>4. Empatía</li> <li>5. Elementos tangibles</li> </ol>			
	Calidad del servicio en la recepción.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Atención permanente: 24 horas.</li> <li>- Responsabilidad.</li> <li>- Dominio de varios idiomas.</li> </ul>			
	Calidad del servicio en las habitaciones.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Limpieza.</li> <li>-Tiempo de respuesta a solicitudes.</li> <li>- Trato cortés y amable.</li> </ul>			
	Calidad del servicio en el restaurante.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Calidad de los productos</li> <li>- Rapidez del servicio.</li> </ul>			

## **1) Observación Directa**

Esta técnica se aplica como uso sistemático del sentido de búsqueda de los datos que se necesitan para resolver nuestro problema de investigación para conocer en el mismo lugar de los hechos la realidad y en ciertas oportunidades formamos parte activa del grupo observado; convirtiéndonos en un observador participante indirecto, y también como producto de la experiencia laboral del responsable del trabajo de investigación.

## **2) Aplicación de pruebas estadísticas.**

### Procedimientos para Recolección de Datos

Los datos Base de la Investigación serán tratados siguiendo el orden correlativo que se indica:

- Ubicación
- Ordenación
- Selección
- Resumen
- Presentación:
  - En tablas
  - En figuras
  - En esquemas.

### **Procesamientos de Datos**

La información obtenida, se analizará e interpretará de acuerdo a los requerimientos de los objetivos planteados en la investigación; ya que, esencialmente se trata de encontrar la utilización del muestreo no probabilístico.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el presente capítulo realizamos el procesamiento de la información obtenida por las encuestas a los empleados de los establecimientos de hospedaje determinados en la muestra y a los clientes o usuarios de los servicios de hospedaje, con la finalidad de lograr los objetivos predeterminados en el proyecto de investigación y que a continuación se realiza el análisis correspondiente y los efectos de cada una de las variables de estudio.

#### 4.1. Determinación de los efectos del nivel remunerativo igual e incidencia en la calidad de servicios prestados por el personal en los establecimientos de hospedaje en la ciudad de Puno.

Tabla 4

*Indicadores de sexo del recurso humano de los establecimientos de hospedaje*

Sexo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Masculino	42	33.3	33.3	33.3
Femenino	84	66.7	66.7	100.0
<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

El personal de los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Puno son en mayoría personal de sexo femenino, el mismo que representa el 66.7%, dicho porcentaje nos indica la tendencia a la independencia económica por parte de las mujeres y la necesidad de empleo para complementar el presupuesto del hogar, asumir responsabilidades propias para el ejercicio profesional, la formación técnica, o el inicio del aprendizaje en actividades de naturaleza aparentemente doméstica cuando en realidad son actividades que requieren de profesionalismo si el establecimiento de hospedaje está orientado a prestar un servicio de calidad.

También es un indicador de que los propietarios o administradores de los establecimientos de hospedaje tienen preferencia por la elección de mujeres en los procesos de selección que implementan y son responsables de la toma de decisiones considerando la mayor identificación institucional, más responsabilidad, mayor práctica en la ejecución de las actividades de los servicios de hospedaje tales como recepción, conserjería, comedor, cafetería, cocina, lavandería, etc. y mayor predisposición al aprendizaje de los protocolos de atención al cliente, en la recepción y salida de los clientes.

Tabla 5  
*Edad del recurso humano de los establecimientos de hospedaje*

Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
18	24	19.0	19.0	19.0
19	12	9.5	9.5	28.6
22	6	4.8	4.8	33.3
23	6	4.8	4.8	38.1
24	12	9.5	9.5	47.6
25	12	9.5	9.5	57.1
27	24	19.0	19.0	76.2
28	12	9.5	9.5	85.7
31	6	4.8	4.8	90.5
50	6	4.8	4.8	95.2
53	6	4.8	4.8	100.0
<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

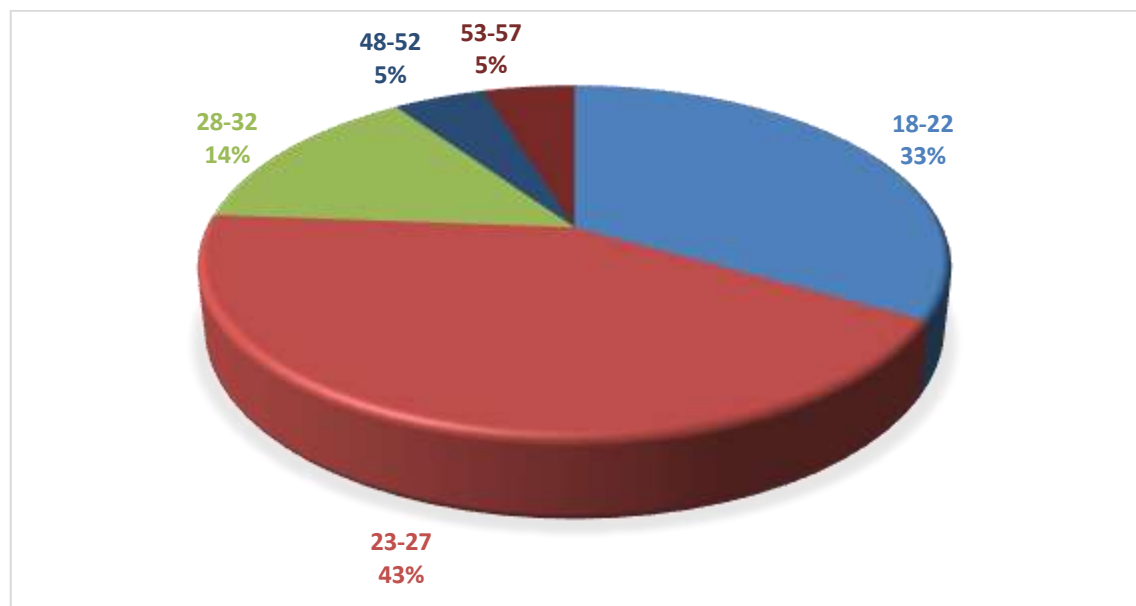


Figura 2. Edad del personal o recursos humano en los establecimientos de hospedaje



Los mayores porcentajes de empleados en los establecimientos de hospedaje se encuentran personas entre los 23 y 27 años que representan el 43% y seguidamente de las personas que tienen entre 18 y 22 años de edad que representan el 33%, y si realizamos la sumatoria de ambos, tenemos un 76% de personal que está entre las edades de 18 a 27 años. Por tanto, la población económicamente activa en los establecimientos de hospedaje es relativamente joven por la edad que representan en mayor porcentaje.

Según las estadísticas del Ministerio de Trabajo indican que los jóvenes entre los 18 y 29 años de edad, es la población con mayor dificultad para encontrar empleo y empleo formal que la población en general. Por tanto, estas estadísticas encontradas en los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Puno coinciden en que este tipo de organizaciones está absorbiendo personal en la mayoría de casos sin la especialidad profesional requerida o está tomando personal sin la capacitación técnica adecuada para el mejor desempeño y mejor calidad de servicio, sino que aprovecha la inexperiencia de los jóvenes a cambio de remuneraciones algunas veces menor que el sueldo mínimo vital. También es posible inferir que estas personas, en su mayoría, no tienen formación técnica o profesional de la especialidad y que actualmente laboran considerando que ejercen un empleo temporal hasta encontrar una nueva oportunidad laboral con mejores condiciones de trabajo.

Tabla 6

*Profesión o estudios técnicos del recurso humano de los establecimientos de hospedaje*

Profesión o estudios	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	90	71.4	71.4	71.4
No	36	28.6	28.6	100.0
<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: Porcentaje de respuestas de la encuesta aplicada a los trabajadores de los establecimientos de hospedaje ante la pregunta: ¿Tiene alguna profesión o estudios técnicos?

Al plantear la interrogante de si tienen alguna profesión o estudios técnicos, el 71.4% indica que sí, pero estas no necesariamente significan que sean de la especialidad de turismo. La problemática a nivel nacional es la falta de oportunidad de empleo en la mayoría de las profesiones y esta tiene incidencia en que los jóvenes en especial asumen actividades que no corresponden a su especialidad profesional por la necesidad de empleo o por la oportunidad de “ganar experiencia” en los inicios de su vida laboral. Esta problemática hace que laboren personal que no tiene ninguna relación afín con las

funciones exclusivas del profesional o técnico en turismo, o no tienen ninguna formación, los mismos que se analizan en la siguiente tabla.

En realidad, tratándose de establecimientos de hospedaje categorizado deberían contar con profesionales de turismo al 100% con excepciones de las labores administrativas de gestión empresarial. Esta decisión sería una ventaja competitiva porque equivale a valorar el trabajo del personal de la especialidad, a crear valor para generar mejores ingresos por el prestigio del establecimiento de hospedaje y lograr como efecto la mejor calidad de atención en los servicios de hospedaje.

Tabla 7

*Especialidad del recurso humano en los establecimientos de hospedaje*

Especialidad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Turismo	24	19.0	19.0	19.0
Hotelería	6	4.8	4.8	23.8
Administración en servicios de hotelería	24	19.0	19.0	42.9
Técnico en administración en turismo	6	4.8	4.8	47.6
Sociología	6	4.8	4.8	52.4
Administración	6	4.8	4.8	57.1
Derecho	6	4.8	4.8	61.9
Ninguna	48	38.1	38.1	100.0
<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: Porcentaje de respuestas de la encuesta aplicada a los trabajadores de los establecimientos de hospedaje ante la pregunta: Si tiene una alguna profesión o estudios técnicos, describa en que especialidad.

Las especialidades de Turismo (19%) y Administración en servicios de hotelería (19%) tienen mayor representación como trabajadores en los establecimientos de hospedaje, sin embargo, esta no es tan representativa considerando que la encuesta se ha realizado en la muestra de hoteles igual o mayor a tres estrellas, en los cuales debería implementarse con personal profesional.

El turismo es una de las industrias que tiene un alto crecimiento a nivel de infraestructura e inversión en los recursos turísticos y contribuye también al crecimiento económico del país. ¿Siendo así el crecimiento de la infraestructura, por qué no es igual el crecimiento del potencial humano en los establecimientos de hospedaje? Nos preguntamos. Y la

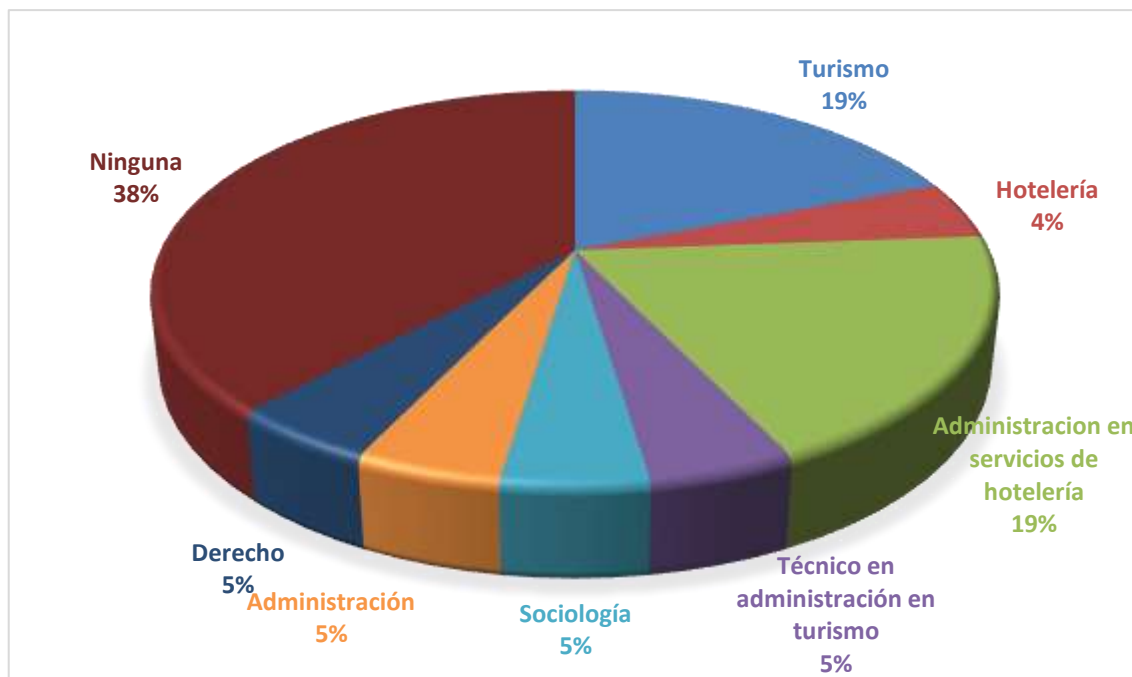
respuesta es que está siendo ocupado por personal que inicia su vida laboral, o por técnicos que no cuentan con la experiencia necesaria o por otros profesionales que no son de la especialidad.

Si hacemos un análisis, en realidad diríamos que no es tan complejo el ejercicio de las funciones o actividades específicas en la hotelería, pero hay algo tan simple y complejo para realizar las actividades con pasión, y esta es la vocación de servicio que adquiere el profesional de turismo, las mismas que son complementadas con los planes de estudio para especializar las actividades en los establecimientos de hospedaje con protocolos precisos y actuando con la calidez humana necesaria ante los clientes que pagan nuestros servicios.

Lo más preocupante es que el 38.1%, indica que no tiene ninguna especialidad o formación técnica en el área de turismo y de ninguna otra especialidad. Este resultado es bastante delicado por tratarse de una estadística que se encuentra en hospedajes categorizados con tres estrellas a más, el cual lamentablemente es interpretado como una tendencia a la informalidad o improvisación en los servicios que tienen su raíz en el sistema de remuneraciones o en el hecho de que los propietarios dan prioridad a la reducción de los costos y alta rentabilidad con el consecuente efecto en la falta de la calidad de servicio con un nivel de excelencia.

También el personal de especialidad no es tomado en cuenta es por la remuneración que le correspondería pagar y por tanto la decisión del empresario hotelero es recurrir a la estrategia de contratar practicantes que realizan labores de personal permanente, pagándoles montos mínimos y hasta en algunos casos sin ninguna retribución.

Es misión del gobierno local y del gobierno regional en las distintas instancias de dirección de turismo orientar a la exigencia de la profesionalización en los establecimientos de hospedaje si realmente se quiere orientar a la ciudad como destino turístico y por tanto también existe la necesidad de que esos cargos públicos en la Dirección o Gerencia Regional de Turismo sean profesionales de la especialidad en turismo, que de alguna manera podría garantizar un cambio de actitudes que obligue moralmente a los empresarios a la contratación de personas también de la especialidad.



*Figura 3.* Formación profesional o especialidad de los empleados en los establecimientos de hospedaje en la ciudad de Puno, de acuerdo a la encuesta realizada por el ejecutor responsable de la investigación.

En la figura 3 se destaca también la participación del 4% de personal con formación expresa en hotelería, cuyos datos no expresamos en los análisis anteriores, y también destacar la presencia de profesionales o de formación técnica en derecho (5%), administración (5%), sociología (5%) y ninguna (38%).

También es necesario destacar respecto a la decisión de tomar personal por parte de los emprendedores o administradores de los establecimientos de hospedaje. En la mayoría de casos es la convocatoria de acuerdo al perfil del puesto de trabajo cuando realmente se requiere personal competente en alguna especialidad de turismo, pero también en algunos casos se toma personal de acuerdo a los contactos o base de datos de personal que ya cuenta con experiencia en otros establecimientos de la competencia, en otros de acuerdo a la oferta del mercado laboral, dependiendo también de las temporadas altas o bajas en el turismo en la ciudad de Puno.

#### 4.2. Análisis de la percepción de las remuneraciones y sus implicancias en la ausencia de trabajadores con formación profesional en la especialidad en los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Puno

Tabla 8

*Remuneración actual del personal de los establecimientos de hospedaje o percepción de justicia negativa*

Rango de remuneración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos de 930	48	38.1	38.1	38.1
De 930 a 1000	36	28.6	28.6	66.7
De 1000 a 1200	24	19.0	19.0	85.7
De 1200 a 1400	12	9.5	9.5	95.2
De 1500 a más	6	4.8	4.8	100.0
<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

De acuerdo a los resultados procesados en la tabla anterior el 38.1% de los encuestados expresa que percibe una remuneración menor a 930 nuevos soles y el 28.6% entre 930 a 1,000 nuevos soles, y si realizamos la sumatoria de estos dos porcentajes, obtenemos que se trata del 66.7% que percibe una remuneración igual o menor a mil nuevos soles el cual consideran los trabajadores como una percepción de justicia negativa.

Estas remuneraciones tienen una implicancia directa en el rendimiento o desempeño laboral de los trabajadores de los establecimientos de hospedaje, porque dichos montos remunerativos son prácticamente simbólicos y no son factores motivadores para la satisfacción laboral plena de sus integrantes.

Es necesario remunerar al personal de acuerdo a las funciones que realiza y al tiempo de dedicación para obtener resultados favorables en su rendimiento. En realidad, de acuerdo a las entrevistas indican los encuestados inclusive que permanecen en el establecimiento de hospedaje o hacen cambio de turno cada 12 horas y mayor pago por horas extras o incentivos económicos adicionales.

En realidad, esta escala de remuneración no motiva al personal para mejorar su rendimiento laboral sino a la realización de funciones de manera mecánica y de cumplimiento formal. Es necesario implementar en los establecimientos de hospedaje un nuevo método de cálculo de remuneraciones con características de flexibilidad y variedad, de tal manera que se pueda lograr la motivación, incentivando el rendimiento y

despertar el entusiasmo para laborar con mayor compromiso institucional. Dichas acciones se verán en los procedimientos de mejor atención al cliente y en el cumplimiento de funciones en forma adecuada y con rendimientos superiores.

En expresión profesional del ejercicio de labores en establecimiento de hospedajes debe promoverse la determinación de las remuneraciones según la evaluación, clasificación y descripción de los cargos. Además, la remuneración debe determinarse de acuerdo a las habilidades, conocimientos y comportamientos de los trabajadores, es decir de acuerdo al valor que logra el trabajador para la organización, y también debe compensarse el valor del aporte profesional de la especialidad en turismo.

Asimismo, además de las remuneraciones debe programarse, las prestaciones sociales correspondiente como la compensación por tiempo de servicios, la asistencia social, el seguro social, vacaciones y otros. Sin embargo, se observa inclusive que algunos trabajadores perciben una remuneración fuera de planilla con la finalidad de no experimentar descuentos de ley, y algunas veces es a petición del mismo trabajador que prefiere recibir el sueldo mínimo vital completo sin descuentos de ley.

Tabla 9

*Monto de remuneraciones en los establecimientos de hospedaje*

Monto de remuneración exacta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No contesta	18	14.3	14.3	14.3
500	6	4.8	4.8	19.0
650	6	4.8	4.8	23.8
700	12	9.5	9.5	33.3
800	12	9.5	9.5	42.9
900	6	4.8	4.8	47.6
930	6	4.8	4.8	52.4
950	12	9.5	9.5	61.9
1000	24	19.0	19.0	81.0
1050	6	4.8	4.8	85.7
1200	6	4.8	4.8	90.5
1400	12	9.5	9.5	100.0
<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta al personal de los establecimientos de hospedaje, ante la pregunta: ¿Por favor podrías indicarnos cuál es tu remuneración exacta en la actualidad?

El mayor número de encuestados indica con precisión que su remuneración es de mil nuevos soles (19%), el cual confirma el promedio de remuneración en los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Puno categorizados con tres estrellas a más.

Asimismo, el 14.3% ha preferido no contestar en las encuestas, respecto al monto de remuneración que percibe.

Esta es la realidad obtenida, ante ello simplemente se opina que la remuneración debe ser pagada a los trabajadores de acuerdo a su capacitación o especialidad profesional, de acuerdo a su esfuerzo y sus habilidades. Las remuneraciones deben ser lo suficientes para que los trabajadores se sientan seguros emocionalmente y puedan satisfacer sus necesidades básicas, tampoco es la propuesta, que las remuneraciones sean con montos espectaculares, porque se entiende la dinámica y equilibrio de la oferta y la demanda laboral en el sector turismo. En otros estudios tendríamos que plantear la interrogante de cuanto es el porcentaje que los emprendedores de establecimientos de hospedaje destinan al pago de remuneraciones en relación a sus costos reales y sus utilidades o nivel de rentabilidad, para determinar el nivel de importancia que significa el trabajo del empleado para los empresarios.

Tabla 10

*Frecuencia acumulada de las remuneraciones en los establecimientos de hospedaje*

Rango de remuneraciones	Frecuencia	Porcentaje
0 a 930	66	52.38
950 a 1400	60	47.62
<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>100.00</b>

En la tabla 10 se ha consolidado la información a nivel de grupos de respuestas de tablas anteriores y se determina que el rango de remuneraciones en los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Puno es de hasta un máximo de 930 expresado por el 52.38% de los encuestados.

Con este porcentaje es factible deducir el nivel de desmotivación del personal que labora en los establecimientos de hospedaje, porque se trata del elemento principal como es el potencial humano que aporta a la calidad de servicio, que no solamente significa proporcionar al clientes los servicios de calidad en hotel con una adecuada infraestructura, sino está relacionado al personal que está en contacto directo con los clientes, quienes son los que finalmente determinan la presentación y la imagen corporativa de la organización, y dependiendo de esta el nivel de satisfacción que los clientes puedan publicitar boca a boca a los futuros clientes y sus implicancias también en las relaciones con el personal de las agencias de viaje.

Tabla 11

*Porcentaje de pago por horas extras en los establecimientos de hospedaje*

Pago por horas extras	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	84	66.7	66.7	66.7
No	42	33.3	33.3	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta al personal de los establecimientos de hospedaje, ante la pregunta: ¿Te pagan por horas extras? ¿O por horas trabajadas además de las 8 horas?

El 66.7% del personal encuestado indica que, si le pagan por laborar horas extras, el cual es una política adecuada especialmente en temporadas altas y como reconocimiento por el esfuerzo que realiza el personal en el cumplimiento de sus funciones y mejor si es con un dinero adicional.

Es necesario opinar que es positivo el reconocimiento por el trabajo adicional, sin embargo, también podría significar desmejoras en la salud de los trabajadores si estas horas son continuas y en exceso, es decir también debe existir una política de considerar sus efectos en la fisiología y actitudes del trabajador, a fin de evitar el agotamiento de los trabajadores.

Además de ello también es necesario analizar que el exceso de horas extras podría crear una dependencia para el trabajador por considerar que es su única motivación por lograr un dinero adicional en compensación la baja remuneración que percibe, cuando en realidad también podría estar provocando un estrés laboral, por la presión del trabajo, el cumplimiento de metas y por la falta de contacto personal con la familia.

También un 33.3% de los encuestados indican que no le pagan por horas extras, posiblemente porque no es política del establecimiento de hospedaje otorgar a sus trabajadores porque solo cumplen con el horario de trabajo. Pero también podría interpretarse la falta de pago por horas extras como falta de reconocimiento por parte de la gerencia o estilos de prácticas laborales negativas en este tipo empresas de servicios de hotelería.



Tabla 12

*Porcentaje de la remuneración percibida destinada para consumo*

Porcentaje de remuneración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No contesta	30	23.8	23.8	23.8
100%	42	33.3	33.3	57.1
20%	6	4.8	4.8	61.9
40%	6	4.8	4.8	66.7
50%	6	4.8	4.8	71.4
60%	6	4.8	4.8	76.2
70%	18	14.3	14.3	90.5
75%	6	4.8	4.8	95.2
80%	6	4.8	4.8	100.0
<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta al personal de los establecimientos de hospedaje, ante la pregunta: ¿Sobre 100% de tu sueldo, que porcentaje destinas a la remuneración que percibes para consumo?

El 33.3% de los encuestados considera que el total de su remuneración lo destina al consumo y gasto en sus necesidades básicas, el cual se entiende que en la actual situación económica en nuestro país es de comprender que los montos percibidos según la encuesta cumplen solo dicha finalidad.

La Remuneración Mínima Vital que se paga en el Perú en la actualidad es de 930 nuevos soles, que viene a ser la cantidad mínima que se le paga al trabajador por la compra de su esfuerzo y tiempo de ocho horas.

También relacionamos con la última disposición de pago a los practicantes mediante el Decreto Supremo N°083-2019/PCM que indica que no puede ser menor a la remuneración mínima vital siempre en cuando cumpla con la jornada laboral completa. Ello implica interrogantes en los actuales trabajadores o empleados que laboran en los establecimientos de hospedaje respecto al monto de la remuneración percibida actualmente, si es equivalente a la de un practicante, cómo se proyecta la nueva remuneración para los actuales trabajadores o simplemente las empresas decidirán contratar personal en la modalidad de practicantes. Esta es una situación bastante complicada considerando a la remuneración como factor motivante para el mejor desempeño laboral.

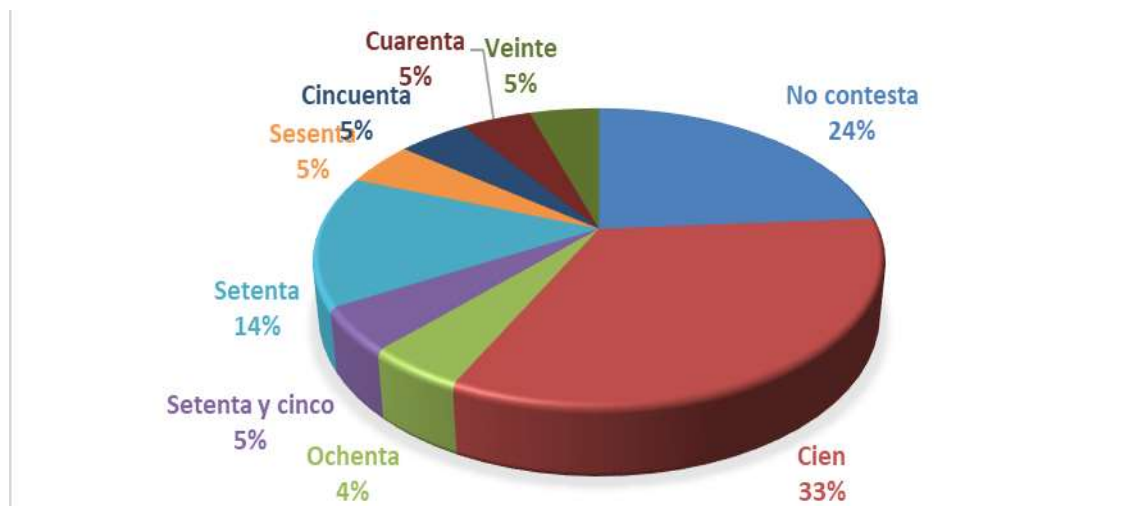


Figura 4. Porcentaje de remuneraciones que se destina para consumo

Se puede visualizar en la figura 4 que el 24% de los encuestados se abstiene de opinar si su remuneración lo destina solo a consumo que se puede interpretar como reserva de información o es que realmente alguno de ellos recibe menos de la remuneración mínima vital y en realidad solo le alcanza para gastos de sobrevivencia.

Referirnos a esta temática es difícil que en otros trabajos de investigación no se conocen o explican o divulgan el porqué de las bajas remuneraciones que perciben los trabajadores del sector privado en especial en los establecimientos de hospedaje, pareciera que no tiene implicancias y hasta ya parece normal pagar o percibir una remuneración menor a la remuneración mínima vital, aprovechándose de situaciones de la falta de empleo y la necesidad de la población por generarse un ingreso.

Tabla 13

*Porcentaje de la remuneración percibida destinada para ahorro*

Porcentaje de remuneración para ahorro	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No contesta	66	52.4	52.4	52.4
100%	6	4.8	4.8	57.1
20%	6	4.8	4.8	61.9
25%	6	4.8	4.8	66.7
30%	18	14.3	14.3	81.0
40%	6	4.8	4.8	85.7
50%	6	4.8	4.8	90.5
60%	6	4.8	4.8	95.2
80%	6	4.8	4.8	100.0
<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta al personal de los establecimientos de hospedaje, ante la pregunta: ¿Sobre 100% de tu sueldo, que porcentaje destinas a la remuneración que percibes para ahorro?

Solo un 14.8% de los encuestados indican que la remuneración que perciben lo destinan al ahorro y ello es satisfactorio y positivo conocer que también existe establecimientos de hospedaje que se preocupan por el bienestar de sus trabajadores expresando con pagos adecuados o superiores a la remuneración mínima vital y además de otras asignaciones como por ejemplo proporcionarles la vestimenta o indumentaria de trabajo, facilidades de servicio de hotelería y el de proporcionarles alimentación en el mismo establecimiento, según el turno u horas adicionales en los cuales estén laborando.

Tabla 14

*Remuneración actual por planilla en los establecimientos de hospedaje*

Remuneración por planilla	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	60	47.6	47.6	47.6
No	60	47.6	47.6	95.2
No contesta	6	4.8	4.8	100.0
<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta al personal de los establecimientos de hospedaje, ante la pregunta: ¿La remuneración actual le pagan por planilla de remuneraciones?

De acuerdo a los resultados obtenidos en la tabla anterior solo el 47.6% le pagan por planilla. Esta problemática se presenta por los aspectos tributarios en el Perú, en el que los descuentos afectan tanto a la empresa como al trabajador. En el caso de un trabajador estar en planillas significa tener descuentos por alguna administradora de fondo de pensiones AFPs o la ONP, y los empleadores tendrían la obligación de afiliar a ESSALUD al trabajador y a sus derechohabientes y pagar la aportación correspondiente como empleador.

Asimismo, el empleador al finalizar el periodo laboral del trabajador tendría que pagar la compensación por tiempo de servicios (CTS) y depositar el monto que le corresponde al trabajador cada seis meses. También el empleador tendría que abonar las gratificaciones correspondientes por fiestas patrias y navidad. Finalmente, también el empleador tendría que pagarle un mes de vacaciones al término de un año laboral. Las trabajadoras mujeres en estado gestante tendrían derecho a 49 días de descanso pre natal y 49 días de descanso o licencia post natal y los trabajadores varones con derecho a gozar de 4 días de licencia por paternidad.

Todo lo anterior determina ingresar a un mercado laboral informal en el aspecto de pago de remuneraciones, el mismo que algunas veces es aceptado por el mismo trabajador para que no le descuenten los aportes que corresponden de acuerdo a ley y que le permita obtener una remuneración total o bruta sin descuentos, sin percatarse que dicho trabajador pierde una serie de derechos laborales y de seguridad social.

Similar porcentaje de 47.6% indican los trabajadores encuestados que perciben su remuneración fuera de planilla y un 4.8% prefieren no contestar a la pregunta.

Tabla 15

*Si el monto de la remuneración percibida cubre las necesidades básicas del hogar, o percepción de justicia positiva*

Percepción uso de remuneración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Si</b>	78	61.9	61.9	61.9
<b>No</b>	48	38.1	38.1	100.0
<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta al personal de los establecimientos de hospedaje, ante la pregunta: ¿Su remuneración actual contribuye o cubre las necesidades básicas del hogar?

El 61.9% de los encuestados expresa que el monto de la remuneración que percibe si contribuye o cubre las necesidades básicas del hogar el cual es positivo. Sin embargo, tiene que analizarse que la mayoría de los trabajadores se encuentran entre las edades de 18 a 27 años, los cuales en su mayoría aún tienen dependencia económica de parte de sus padres u otros familiares, y que no sienten los gastos que generarían si tuvieran domicilio independiente, por tanto, por ahora consideran que la remuneración que perciben es suficiente y les alcanza para cubrir sus necesidades básicas.

Esta última afirmación es sustentada por expresión del 38.1% de los encuestados que indican que la remuneración que perciben no alcanza para cubrir sus necesidades básicas, que se entiende que son trabajadores que ya tienen dependientes familiares o que viven en forma independiente y expresan las limitaciones de la percepción de una baja remuneración.

Tabla 16

*Opinión del personal sobre la categorización de los establecimientos de hospedaje*

Opinión sobre categorización	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Si</b>	114	90.5	90.5	90.5
<b>No</b>	12	9.5	9.5	100.0
<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta al personal de los establecimientos de hospedaje, ante la pregunta: ¿El centro de hospedaje donde labora es categorizado?

Esta pregunta se planteó con la finalidad de conocer respecto a la normatividad legal sobre la clasificación y categorización de los establecimientos de hospedaje y ciertamente tuvo efectos en el sentido de obtener la respuesta del 9.5% de los encuestados que indican que su centro de trabajo u hospedaje no se encuentra categorizado, cuando en realidad todos los centros de trabajo de la muestra están categorizados, por tanto se observa la desinformación posiblemente del personal que no son de la especialidad.

La formación profesional es importante más aun en el sector turismo por la calidad y variedad de los clientes que conocen protocolos internacionales y califican la calidad de servicios de acuerdo a los recursos turísticos, la infraestructura hotelera y la calidad de servicio de personal.

Asimismo los procedimientos especializados en la gestión de las reservas, tratamiento de las reservas, contratos de reserva, precios y tarifas, previsión de habitaciones, procesos de recepción a la llegada del huésped, proceso de check-in, procesos de recepción durante la estancia del huésped, sistemas de información para el cliente, gestión de quejas y reclamaciones, custodia de valores, gestión de conserjería, sistemas de facturación, seguridad en el alojamiento, etc. que son particularidades necesarias de ser sistematizados y que deben ser del dominio del personal que labora en los establecimientos de hospedaje.

Tabla 17

*Percepción de la equidad de la remuneración en relación con otros trabajadores o percepción de equidad positiva*

Percepción de equidad de remuneración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Si</b>	54	42.9	42.9	42.9
<b>No</b>	72	57.1	57.1	100.0
<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta al personal de los establecimientos de hospedaje, ante la pregunta: ¿Considera que su remuneración es equitativa, comparada con otros trabajadores?

El 55.1% de los encuestados expresa que su remuneración no es equitativa en relación a lo que perciben otros trabajadores en el mismo establecimiento de hospedaje. La equidad remunerativa está representada por la otorgación de la contraprestación del servicio por una remuneración en compensación de un trabajo por igual valor.

En algunos casos la falta de equidad se observa en las diferencias de la remuneración percibido por los hombres y las mujeres, entre personal de mayor y menor edad, la diferencias por laborales de naturaleza manual o más intelectual, por trabajos más de naturaleza operativa o de oficina, entre el personal de confianza y el personal nuevo, entre el personal antiguo con estabilidad relativa y el personal contratado, etc.

Todos ellos tendrían que calificarse de discriminatorios porque por igual trabajo corresponde una misma remuneración si se quiere lograr la percepción de otorgación de una remuneración con equidad para el personal con criterios objetivos determinados desde el principio de la actividad laboral y la firma de contrato correspondiente, en el cual se especifican los montos y procedimientos de retribución, fechas de pago, duración del contrato, beneficios, fechas de pago, facilidades, derechos y obligaciones y en los cuales debe expresarse la conformidad de ambas partes, es decir la conformidad del trabajador y del empleador para su respectivo cumplimiento.

Tabla 18

*Pagos adicionales o bonificación además de la remuneración, o percepción de equidad negativa*

Pagos adicionales además de la remuneración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Si</b>	96	76.2	76.2	76.2
<b>No</b>	30	23.8	23.8	100.0
<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta al personal de los establecimientos de hospedaje, ante la pregunta: ¿Además de tu remuneración, recibes algún pago adicional o bonificación?

En la tabla 18, el 76.2% de los encuestados indican que, SI reciben algún pago adicional o bonificación además de su remuneración, el cual confirma lo expresado en la tabla 8 que recibían pago por laborar horas extras.

En este caso se refieren a las bonificaciones que el personal recibe por ejemplo por los descansos físicos semanales no efectuados por las temporadas altas, las compensaciones

por tiempo de servicios, el goce de la vacaciones y que estas pueden ser compradas por el empleador, las bonificaciones que se perciben por fiestas patrias y por navidad, cuando corresponden de acuerdo a ley, el derecho a percibir parte de las utilidades de acuerdo al Decreto Legislativo N°892, las bonificaciones por cambio de turnos y de acuerdo a las políticas de los establecimientos de hospedaje.

En todo caso no existe un régimen laboral especial para trabajadores de los establecimientos de hospedaje por lo que se adaptan a la legislación laboral para el sector privado.

Las bonificaciones son importantes para mantener y retener al personal con perfiles de trabajadores competentes y dedicados que se adapta rápidamente a los procedimientos de trabajo en el sector hotelero, considerando que es alto el costo de la rotación de personal externo, pues es costoso estar entrenando o capacitando personal nuevo a los procedimientos propios en el establecimiento de hospedaje.

En realidad, en los hoteles se presentan una serie de eventos y hechos particulares que hace necesario contar con personal adaptado a los trabajos de alta presión laboral y que un personal nuevo no lo resuelve fácilmente.

Finalmente se trata de otorgar una serie de bonificaciones al encontrar personal que tiene buena voluntad de trabajo, y lealtad institucional con vocación de servicio a los cuales es necesario retenerlos. La percepción de equidad negativa se da en 23.8% de los encuestados que no perciben pagos adicionales o bonificaciones.

Tabla 19

*Decisión de continuidad laboral como efecto de la actual remuneración*

Decisión de continuidad laboral	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Cambiaría de trabajo por una mejor remuneración	78	61.9	61.9	61.9
Me quedaría en mi actual trabajo	48	38.1	38.1	100.0
<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta al personal de los establecimientos de hospedaje, ante la pregunta: ¿Qué decisión tomarías respecto a tu actual remuneración?

En la tabla 19 se percibe que el 61.9% de los trabajadores encuestados de los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Puno tomarían la opción de cambiar de trabajo si se les presentara la oportunidad de percibir una mejor remuneración.

Este porcentaje es interpretado con el nivel de insatisfacción de los trabajadores respecto a la actual remuneración que perciben y que es necesario que los empresarios del sector hotelero tomen en cuenta para tomar sus decisiones respecto a la política salarial que implementan. También es posible interpretar que los trabajadores actuales corresponde a este porcentaje consideran su permanencia en el establecimiento de hospedaje en forma temporal.

El 38.1% considera que se quedaría en su actual centro laboral, sea porque ya tiene contrato indeterminado, o por estar de acuerdo con la remuneración que actualmente percibe, en cuanto a edad generalmente personas mayores, o los trabajadores que muestran lealtad y estabilidad emocional para decidir quedarse en el centro de trabajo actual y hacer carrera de acuerdo a su formación profesional.

Tabla 20

*Nivel de satisfacción laboral en el actual centro de trabajo*

Nivel de satisfacción laboral	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	54	42.9	42.9	42.9
Bueno	42	33.3	33.3	76.2
Muy Bueno	30	23.8	23.8	100.0
<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta al personal de los establecimientos de hospedaje, ante la pregunta: ¿Cuál es su nivel de satisfacción en tu actual trabajo?

El nivel de satisfacción laboral de los trabajadores de los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Puno es calificado como regular en 42.9% y calificado como bueno por el 33.3% de los encuestados. En realidad, el nivel de satisfacción laboral está determinado por los factores de motivación y por tanto no existe tanta contradicción con los porcentajes negativos referido a las insatisfacciones por las bajas remuneraciones expresados en las tablas anteriores, porque la motivación también está relacionado por ejemplo a la satisfacción de laboral en una empresa o establecimiento de hospedaje por el nivel de prestigio en el mercado hotelero o de preferencia del huésped, también por el contenido del trabajo de especialidad o las funciones que realiza en el centro laboral que le da cierta autonomía y creatividad en la ejecución de sus tareas.



También está relacionado a la cultura organizacional o práctica de valores entre compañeros de trabajo y el nivel de empatía que desarrollan entre ellos como equipo de trabajo y las buenas interrelaciones personales, que generalmente en las organizaciones privadas se implementan como política en la gestión del potencial humano para generar indicadores de alto rendimiento y bajo nivel de conflicto laboral. También es necesario reconocer que el perfil que se requiere en los procesos de selección de personal en este tipo de centros de trabajo está orientado a buscar personal con niveles de empatía, colaboración, trabajo en equipo, trabajo a presión, identidad institucional, capacidad de adaptación, pro actividad y actitud positiva para solucionar los problemas o conflictos que se puedan presentar en el proceso de atención al huésped.

También logran satisfacción laboral por las condiciones de trabajo propias del sector hotelero y por la existencia de los materiales necesarios para ejecutar su trabajo en forma adecuada o factores de limpieza e higiene en las instalaciones de la organización, que motivan una estancia grata en el centro de trabajo.

Finalmente, otros sienten satisfacción laboral por la oportunidad de desarrollo profesional o personal que pueden demostrar en el centro de trabajo, por el nivel de liderazgo de los gerentes, socios o propietarios de los establecimientos de hospedaje y sus estilos de toma de decisiones que agradan a los trabajadores y que generan altos niveles de compromiso con el establecimiento de hospedaje.

Todos los mencionados como factores de motivación para promover la satisfacción laboral en todo centro laboral, hacen que los trabajadores se sientan con predisposición a colaborar en el logro de los objetivos de los empresarios del sector hotelero, como norma de identidad, compromiso, y lealtad institucional.

Tabla 21

*Nivel de importancia del ambiente laboral en la satisfacción laboral*

Importancia del ambiente laboral	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos importante	18	14.3	14.3	14.3
Ligeramente importante	24	19.0	19.0	33.3
Moderadamente importante	36	28.6	28.6	61.9
Muy Importante	6	4.8	4.8	66.7
El más importante	42	33.3	33.3	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta al personal de los establecimientos de hospedaje, ante la pregunta: ¿Para usted es determinante el ambiente laboral para su satisfacción laboral en una empresa?

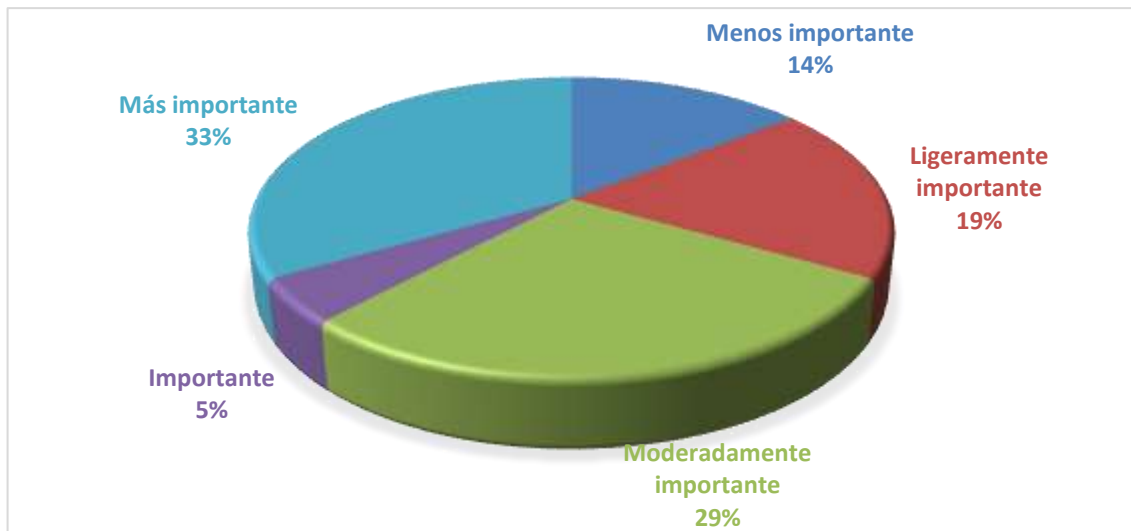


Figura 5. Nivel de importancia del ambiente laboral

El ambiente laboral lo consideran más importante el 33% del personal de encuestados, que es un nivel superior de apreciar el contexto en el entorno laboral que promuevan mejores relaciones laborales y expresan la comodidad laboral que sienten al estar en un establecimiento de hospedaje. El 28.6% considera como moderadamente importante el ambiente laboral, que está asociado a las diversas condiciones de trabajo propuestas por el empleador y también por la interacción con los compañeros de trabajo y con los jefes inmediatos superiores. También está relacionado a mejorar la autoestima de los trabajadores atendiendo sus casos a nivel personal.

Tabla 22

*Nivel de importancia de la remuneración en la satisfacción laboral*

Importancia de la remuneración	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Menos importante</b>	30	23.8	23.8	23.8
<b>Ligeramente importante</b>	12	9.5	9.5	33.3
<b>Moderadamente importante</b>	30	23.8	23.8	57.1
<b>Muy importante</b>	30	23.8	23.8	81.0
<b>El más importante</b>	24	19.0	19.0	100.0
<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta al personal de los establecimientos de hospedaje, ante la pregunta: ¿Para usted es determinante la remuneración para su satisfacción laboral en una empresa?

En la tabla 22, el 23.8% de los encuestados expresa que la remuneración es importante en la satisfacción laboral y el más importante también el 19%, cuya sumatoria nos representa

el 42.8%, el cual significa que sustancialmente la remuneración es importante como factor de motivación para la satisfacción laboral. Los emprendedores de los establecimientos de hospedaje deben prever este nivel de importancia para lograr contar con personal calificado y de la especialidad que se sienta satisfecho laboralmente y que como efecto se logre un alto nivel de productividad y rendimiento en la organización.

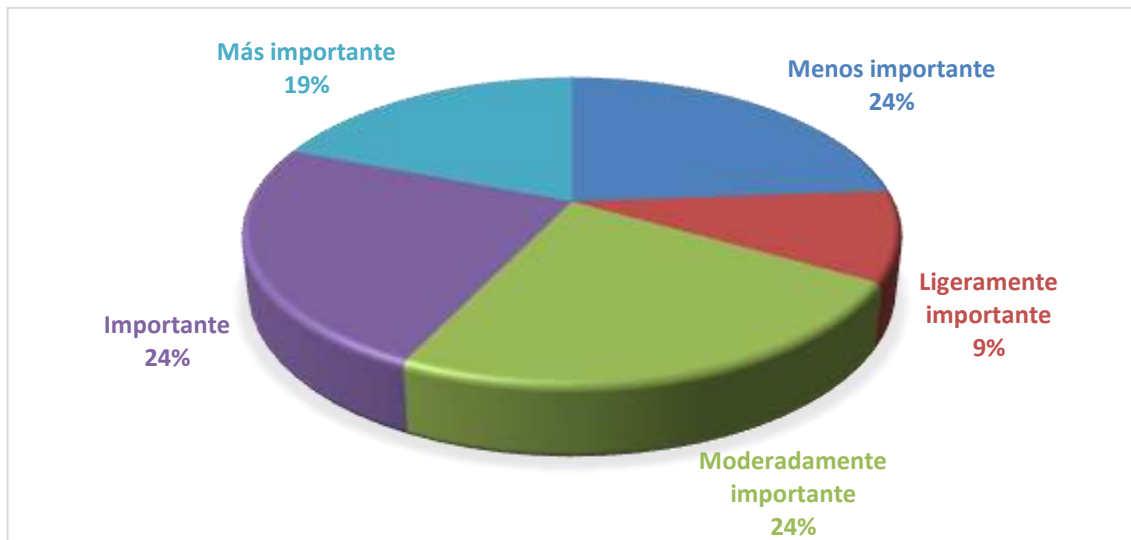


Figura 6. Importancia de la remuneración para la satisfacción laboral

También un 23.8% de los encuestados considera que la remuneración le es menos importante, interpretando esta respuesta podría ser consecuencia de la necesidad laboral de los trabajadores que antes que una remuneración busca un puesto de trabajo o lugar donde puedan aplicar sus conocimientos y habilidades con buenas condiciones de trabajo distinto a las remuneraciones.

Tabla 23

*Nivel de importancia del reconocimiento para la satisfacción laboral*

Importancia del reconocimiento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos importante	42	33.3	33.3	33.3
Ligeramente importante	12	9.5	9.5	42.9
Moderadamente importante	12	9.5	9.5	52.4
Muy importante	42	33.3	33.3	85.7
El más importante	18	14.3	14.3	100.0
<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta al personal de los establecimientos de hospedaje, ante la pregunta: ¿Para usted es determinante el reconocimiento para su satisfacción laboral en una empresa?

En la tabla 23 se indica que el reconocimiento es muy importante en un 33.3% y lo considera el más importante el 14.3%, cuya sumatoria es de 47.6% como prioridad de percibir el reconocimiento en el trabajo. Este factor es importante para retener al personal competente y que es escasamente compensado económicamente, porque le permite desarrollar su trabajo en forma eficiente y siente que la organización se preocupa por el como persona y que es apreciado su trabajo.

Dichos reconocimientos deben ser sinceros y auténticos y totalmente personalizados para que tengan efectos en la percepción de aprecio por parte del trabajador. Estas expresiones de reconocimiento deben realizarse en momentos oportunos en forma individual o ante los demás trabajadores aprovechando las reuniones organizacionales de aniversario o reuniones de trabajo o coordinación. Y efecto contrario tendrá la falta de reconocimiento, pues bajará el nivel de productividad y desempeño de los trabajadores.

El reconocimiento es uno de los factores que es valorado por los trabajadores al sentir estímulos de ser mejores ante comparaciones entre compañeros de trabajo o cumplimiento de metas de trabajo, siempre en cuando el involucramiento sea real y que el esfuerzo merece el reconocimiento.

Tabla 24

*Nivel de importancia de la línea de carrera o ascenso en la satisfacción laboral*

Importancia de la línea de carrera	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos importante	36	28.6	28.6	28.6
Ligeramente importante	18	14.3	14.3	42.9
Moderadamente importante	18	14.3	14.3	57.1
Muy importante	18	14.3	14.3	71.4
El más importante	36	28.6	28.6	100.0
<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta al personal de los establecimientos de hospedaje, ante la pregunta: ¿Para usted es determinante la línea de carrera para su satisfacción laboral en una empresa?

En la tabla 24 los encuestados expresan que es muy importante los ascensos o tener una línea de carrera en 14.3% y es lo más importante para ellos el 28.6%, cuya sumatoria es de 42.9%.

Estos porcentajes expresan también que no necesariamente lo es toda la motivación mediante la remuneración, sino también otros factores que determinen su futuro laboral para ser promovido o ser reconocidos con un ascenso.

Existen establecimientos de hospedaje categorizados que se preocupan por tener un personal estable, que han adquirido la confianza por su nivel de trabajo o lealtad institucional y promueven para ellos políticas de bienestar y por tanto programan periódicamente la promoción de su personal a puesto de mayor responsabilidad y esta es una aspiración que todos los trabajadores quisieran se implemente en su organización.

Tabla 25

*Nivel de importancia del logro de objetivos para la satisfacción laboral*

Importancia del logro de objetivos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos importante	36	28.6	28.6	28.6
Ligeramente importante	24	19.0	19.0	47.6
Moderadamente importante	30	23.8	23.8	71.4
Muy importante	30	23.8	23.8	95.2
El más importante	6	4.8	4.8	100.0
<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta al personal de los establecimientos de hospedaje, ante la pregunta: ¿Para usted es determinante el logro de objetivos para su satisfacción laboral en una empresa?

En la tabla 25 el 23.8% consideran que el logro de los objetivos de la empresa es muy importante para su satisfacción laboral. Esta apreciación está relacionado al nivel de satisfacción que expresan los trabajadores al término de sus labores por ejemplo en las temporadas altas al disfrutar de una ocupación completa con huéspedes que llegan de todas partes del mundo, que los paquetes de ofertas de la temporada sean actualizadas y estas sean solicitadas, o que las reservas se confirmen al cien por ciento y luego recepcionar a los huéspedes, son experiencias únicas de disfrute del desarrollo profesional y los trabajadores sienten que han participado en lograr los objetivos de la empresa así como logrado sus objetivos de desarrollo profesional o cumplimiento de las funciones encargadas.

Logran grandes satisfacciones cuando los trabajadores participan en equipo en la planificación de los cronogramas mensuales y anuales porque conocen la problemática del entorno del sector turismo y sus fluctuaciones, cuando participan en el control de

inventarios para las temporadas altas y bajas, en la programación del mantenimiento de la infraestructura para lograr una mejor imagen corporativa, participación en el rediseño de los ambientes de recepción, etc. logran comprometer al trabajador en un mayor esfuerzo por lograr los objetivos institucionales.

#### **4.3. Indicadores de la calidad de servicio en la atención al turista nacional y extranjeros en los establecimientos de hospedaje en la ciudad de Puno.**

Como segunda variable en el trabajo de investigación se ha considerado la calidad de servicio que prestan los establecimientos de hospedaje, el mismo que tiene dos componentes, el aspecto de la percepción de calidad de servicio a nivel de confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía, y bienes tangibles prestados en el establecimiento de hospedaje.

Estas calificaciones corresponden a la escala de SERVQUAL que es utilizado para determinar qué tipo de servicios son necesarios y cuál es el nivel de satisfacción de la calidad de servicios y por ser un instrumento de recolección de datos debidamente validado, lo utilizamos en la primera parte de conocer los resultados de la calidad de servicio.

Las alternativas de las respuestas por parte del huésped coinciden con la escala que utilizan las calificadoras de establecimientos de hospedaje:

Tabla 26  
*Escala de calificación de hospedaje*

<b>Calificación</b>	<b>Escala 1</b>	<b>Escala 2</b>	<b>Escala 3</b>	<b>Escala 4</b>	<b>Escala 5</b>
<b>SERVQUAL</b>	Pésimo	Malo	Regular	Bueno	Excelente
<b>Booking</b>	Muy mal	Mal	Ok	Bien	Fantástica

En el presente trabajo de investigación también se enfatiza el rol del trabajador, empleado y personal de confianza que laboran en los establecimientos de hospedaje, siendo el factor fundamental para la prestación efectiva del servicio y el contacto directo con los huéspedes y de los cuales depende también la percepción de la calidad de servicio por lo que era necesario conocer por parte de los huéspedes cuál era su opinión respecto al potencial humano que labora en estos establecimiento de hospedaje.

Para efectos de la medición consideramos como desaprobado a la sumatoria de las calificaciones de pésimo, malo y regular. Como aprobado a las calificaciones de bueno y excelente.

Valoramos esta forma de calificación por la naturaleza del servicio que deben brindarse en los establecimientos de hospedaje, pues no puede presentarse el caso de calificaciones de “más o menos”, “medio” o “mediocre”, o “casi aprobado, pero debe ser mejor”, los mismos que equivalen a regular, más aún si se trata de servicios prestados por establecimientos categorizados en el que el objetivo es la prestación de los servicios de calidad en forma excelente.

También esta calificación corresponde a la naturaleza o característica de la **intangibilidad del servicio**, pues una vez realizado un deficiente servicio no hay forma de enmendarlo, corregirlo o mejorarlos, porque el servicio ya se prestó y no hay segundas oportunidades, ni hay forma de cambiarlo como podría serlo en el caso de la comercialización de los productos en el que sí se puede tener la opción de que el cliente opte por otro mejor. En el caso del servicio de hospedaje no hay forma de devolver un mal servicio.

### **Confiabilidad como indicador de calidad de servicio**

Tabla 27

*Calificación del indicador de servicio de calidad: Confiabilidad*

Calificación	Cumple lo que promete	Muestra interés	Servicio es correcto	Servicios adicionales	Brinda información	Porcentaje
Pésimo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Malo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Regular	14.29	33.33	19.05	19.05	23.81	21.90
Bueno	76.19	61.90	57.14	66.67	57.14	63.81
Excelente	9.52	4.76	23.81	14.29	19.05	14.29
<b>Total</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta al personal de los establecimientos de hospedaje, ante la pregunta: ¿Cumple lo que promete a tiempo?, ¿Muestra interés por resolver su problema?, ¿El servicio es correcto y de primera?, ¿Ofrece sus servicios adicionales cuando los promete?, ¿Brinda información sobre horario de servicios?

En la Tabla 27, se evalúa el indicador de calidad de servicio de confiabilidad mediante las interrogantes: ¿Cumple lo que promete a tiempo?, ¿Muestra interés por resolver su problema?, ¿El servicio es correcto y de primera?, ¿Ofrece sus servicios adicionales

cuando los promete?, ¿Brinda información sobre horario de servicios?, y habiendo procesado la información con los porcentajes promedios de cada una de las interrogantes, el indicador de confiabilidad de la calidad de servicio de mayor calificación es de 63.81% como bueno.

Dicho porcentaje indica que el servicio que se brindó fue en el tiempo prometido tal como se pactó o se comprometió a realizarlo posiblemente relacionado por ejemplo con la prestación de servicios adicionales o complementarios que generalmente se brinda a los huéspedes.

También significa que el personal muestra el interés necesario para resolver los problemas de los huéspedes con involucramiento y empatía, que es observado por el huésped y calificado como una acción positiva en el marco de brindar servicios de calidad en los establecimientos de hospedaje.

A pesar de que pueda existir una serie de informaciones por escrito, cronogramas establecidos de las actividades a realizarse en el día o al día siguiente, generalmente se les recuerda sutilmente sobre los horarios establecidos. Estas acciones son parte de la intangibilidad del servicio que los huéspedes perciben y valoran.

Un 21.90% indica que el indicador de confiabilidad es regular, el mismo que significa que no todo el personal de los establecimientos de hospedaje muestra la predisposición para cumplir con lo prometido de manera segura y exacta y por tanto no se materialice lo comprometido y no logran ante el huésped una imagen de confiabilidad.

También es posible destacar esta desmotivación del personal que muestra insatisfacción en la escala de si “muestra interés” con la calificación de regular en un 33.33%. Se interpreta esta actitud del personal como una actitud de realizar su trabajo de manera mecánica, sin expresión de calidez humana, o interesarse con empatía por la situación de los huéspedes y ofrecerle su ayuda con naturalidad y de manera desinteresada con la muestra de voluntad en realizar sus actividades de propia iniciativa y a voluntad de parte, no cuando solamente se lo pide el huésped.

Es necesario expresar que entre las alternativas se tenía las respuestas de pésimo y malo o equivalentes a muy mal y mal, los mismos que no fueron marcados como respuesta por los huéspedes encuestados, pues en realidad no sería posible que estas calificaciones se presenten en establecimientos de hospedaje categorizados.



## Responsabilidad como indicador de calidad de servicio

Tabla 28

*Calificación del indicador de calidad de servicio: Responsabilidad*

Calificación	Servicio con prontitud	Disposición a ayuda	Están ocupados	Porcentaje
<b>Pésimo</b>	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>Malo</b>	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>Regular</b>	23.81	14.29	38.10	25.40
<b>Bueno</b>	61.90	66.67	57.14	61.90
<b>Excelente</b>	14.29	19.05	4.76	12.70
<b>Total</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta al personal de los establecimientos de hospedaje, ante la pregunta: ¿Brindan servicio con prontitud a los clientes?, ¿Siempre están dispuestos a ayudar a los clientes?, ¿No están tan ocupados como para desatenderlos?

En la tabla 28 el indicador de responsabilidad como componente de la calidad de servicio es calificado como bueno en 61.90% del total de porcentajes en las distintas características del servicio. Dicho porcentaje expresa que el servicio que presta el personal es con bastante prontitud y en tiempo pactado o programado, que son necesarios para cubrir las expectativas de los huéspedes.

Sin embargo, el 25.40% de los encuestados expresa que el indicador de responsabilidad es regular en promedio, resaltando además que el 38.10% de encuestados indica que el personal está ocupado. Este indicador expresa la realidad que en algunos establecimientos de hospedaje no cuenta con el personal suficiente para la atención a los huéspedes o que realmente los empleados están realizando otras actividades complementarias y no se dedican exclusivamente a la atención a los huéspedes, según la función que le corresponde.

Este nivel de responsabilidad en la calidad de servicio será en menor o mayor grado dependiendo de los protocolos y experiencia institucional y del personal en la atención a los huéspedes, pues ya son conocidos las reclamaciones y problemas que presentan frecuentemente los huéspedes y hasta requerimientos especiales que solicitan los clientes, dependiendo del lugar de procedencia, del número de días que pernoctan y de acuerdo a la cultura y prácticas en sus países de origen, de tal manera que estos servicios debe

atenderse de una manera personalizada y con niveles de flexibilidad en atender los requerimientos. La responsabilidad a nivel general está relacionado al cumplimiento de los servicios en el momento oportuno.

### **Seguridad como indicador de calidad de servicio**

Tabla 29

*Calificación del indicador de calidad de servicio: Seguridad.*

Calificación	Inspiran confianza	Transacciones seguras	Trato con cortesía	Responden consultas	Porcentajes promedio
Pésimo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Malo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Regular	28.57	28.57	9.52	23.81	22.62
Bueno	61.90	47.62	76.19	57.14	60.71
Excelente	9.52	23.81	14.29	19.05	16.67
<b>Total</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta al personal de los establecimientos de hospedaje, ante la pregunta: ¿Los empleados le inspiran confianza?, ¿Al realizar transacciones se siente seguro?, ¿Tratan a los clientes siempre con cortesía?, ¿Saben cómo responder a sus consultas?

En la tabla 29 el servicio de calidad mediante su indicador de seguridad también es calificado como bueno en 60.71% por los huéspedes de los establecimientos de hospedaje, los mismo que son percibidos porque el personal les inspira confianza al momento de atenderlos, que se sienten seguros de estar en un establecimiento con todas las garantías de cuidado de sus bienes, por la observación del perfil de calidad de atención que muestra el personal desde el primer contacto, desde su presentación, y observación posterior en el cumplimiento de sus funciones.

También siente seguridad al realizar las transacciones en el mismo establecimiento de hospedaje o por sistemas de reservaciones y pagos por internet que serán cumplidos y que no les ocasionará contratiempos al momento de su llegada y recepción.

La seguridad, se valora también por la cortesía expresada por el personal, en momentos coyunturales en el que es difícil confiar en una persona extraña que ven por primera vez y no conocen sus antecedentes, pero que el trato y perfil del empleado hace que se inicie un nivel de transmitir confianza y seguridad y que el huésped capte inmediatamente la voluntad de ayudarlos y hacerlo sentir bien en el establecimiento de hospedaje.

También es posible inferir que el personal está preparado para responder a las consultas que los huéspedes puedan realizar al momento de tener contacto vía web o por otros

medios de comunicación que hasta puedan influir en su decisión de elegir el destino turístico.

De alguna manera es preocupante que el 23.81% de los encuestados exprese que este indicador de seguridad es regular, cuando todos los establecimientos de hospedaje deben generar la percepción de seguridad que se concreta en que los empleados inspiran confianza, que existe seguridad al momento de las transacciones, que es recepcionada con altos niveles de cortesía por parte del personal de administración y de operaciones y que siempre absuelven sus consultas.

Por ello se destaca la necesidad de capacitar en forma permanente al personal para que puedan brindar la información exacta y precisa y para resolver las consultas de los clientes que al inicio presentan una serie de dudas para decidir en qué establecimiento de hospedaje llegará y cuya información recepcionada de la ciudad o información de las características de la infraestructura o ubicación, hasta tiene influencia hasta en la determinación de la ciudad de su destino turístico.

### **Empatía como indicador de calidad de servicio**

Tabla 30

*Calificación del indicador de calidad de servicio: Empatía.*

Calificación	Atención individual	Atención personal	Entienden necesidades	Porcentajes promedio
Pésimo	0.00	0.00	0.00	0.00
Malo	0.00	0.00	0.00	0.00
Regular	14.29	28.57	28.57	23.81
Bueno	80.95	61.90	66.67	69.84
Excelente	4.76	9.52	4.76	6.35
<b>Total</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta al personal de los establecimientos de hospedaje, ante la pregunta: ¿El hotel brinda atención individual?, ¿El empleado brinda atención personal?, ¿Los empleados entienden sus necesidades?

En la tabla 30, los encuestados expresan que el indicador de servicio de empatía es calificado como bueno es de 69.84%, el mismo que se refiere a la calidad de atención individual que recibe el huésped en cada una de sus operaciones de reservación, recepción y permanencia en el establecimiento de hospedaje. También tiene soporte en que los empleados entienden sus necesidades, de tal manera que reciben información actualizada, información sobre lugares de alimentación, lugares de paseo en las noches, destinos turísticos locales, costos de los servicios de transporte local, programación de

espectáculos locales y atención y coordinación permanente con su agencia de viajes. Esta construcción inmediata de las relaciones de comunicación hace que el personal conozca también de inmediato las preferencias y los requerimientos de los huéspedes y hacen que se sientan importantes para el establecimiento de hospedaje.

El 23.81% considera que este indicador de empatía en la prestación de los servicios en los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Puno es regular. El cual se interpreta como la existencia de personal que aún no sintoniza con su labor profesional o que actúa de acuerdo a lo que percibe en sus remuneraciones, sin mayor motivación que el cumplimiento de sus funciones y con el horario de trabajo.

### **Bienes tangibles como indicador de calidad de servicio**

Tabla 31

*Calificación del indicador de calidad de servicio: Bienes tangibles*

Calificación	Apariencia de equipos	Instalaciones físicas	Presentación de empleados	Materiales asociados	Horario de actividades	Porcentajes promedio
Pésimo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Malo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Regular	38.10	19.05	14.29	19.05	19.05	21.90
Bueno	47.62	57.14	80.95	57.14	80.95	64.76
Excelente	14.29	23.81	4.76	23.81	0.00	13.33
<b>Total</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta al personal de los establecimientos de hospedaje, ante la pregunta: ¿La apariencia de los equipos es moderna?, ¿Las instalaciones físicas son atractivas?, ¿La presentación de los empleados es buena?, ¿Los materiales asociados con el servicio son atractivos?, ¿Los horarios de actividades son convenientes?

En la tabla 31, indican que el 64.76% de los encuestados califican de bueno al indicador de calificación de bienes tangibles que están relacionados a la apariencia moderna de los equipos con las que cuenta el establecimiento de hospedaje, consideran que las instalaciones físicas como bueno y atractivo y el que más resaltan como bueno es la presentación de los empleados con un 80.95%.

Este indicador también está relacionado al material impreso con que cuenta el establecimiento de hospedaje respecto a las publicidades de lugares de ocio, restaurantes, destinos turísticos locales, programación de espectáculos e impresos que puedan otorgar vía convenio las operadoras turísticas privadas o estatales como la Dirección Regional de Turismo, el departamento de información turística del gobierno local, etc. son valorados por los huéspedes.

Los bienes tangibles en su conjunto, determinan la imagen corporativa de los establecimientos de hospedaje, porque rápidamente captan la apariencia de los equipos, instalaciones, presentación de los empleados y otros materiales asociados al servicio de hospedaje y del turismo.

Tabla 32

*Consolidado del modelo de calidad de servicio SERVQUAL*

Escala	Confiabilidad	Responsabilidad	Seguridad	Empatía	Bienes tangibles	Promedios SERVQUAL
<b>Pésimo</b>	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>Malo</b>	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>Regular</b>	21.90	25.40	22.62	23.81	21.90	23.13
<b>Bueno</b>	63.81	61.90	60.71	69.84	64.76	64.21
<b>Excelente</b>	14.29	12.70	16.67	6.35	13.33	12.67
Total	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

A nivel promedio de los indicadores de la calidad de servicio del modelo Servqual se califica de bueno en 64.21%, que es un estándar promedio alto o que es superior al cincuenta por ciento, pero por la intangibilidad del servicio debería mejorarse aún más.

Y es preocupante que los huéspedes califiquen como regular el nivel de calidad de servicios en 23.13%, el cual se interpreta como un promedio por debajo de la calificación de bueno y ello indica que aun los empresarios no le dan la total importancia a la capacitación del personal con los que cuentan o no están adecuado el proceso de selección de personal, y más están preocupados en mejorar la infraestructura propiamente dicha o copiar las instalaciones, sin darle mayor importancia a la prestación del servicio propiamente dicho. El objetivo de los establecimientos de hospedaje debería propender a lograr estándares de excelencia.



Figura 7. Calidad de servicio modelo Servqual

Distinta interpretación surge por la calificación de la calidad de servicio a nivel general de excelente es representado solo por el 12.67%, es decir que está totalmente conforme o satisfecho con la recepción del servicio con calidad y que llega a cubrir sus expectativas.

El huésped determina sus expectativas desde el momento de la decisión de elección del establecimiento de hospedaje donde estará por el tiempo que el determine, con una valoración positiva percibida por los comentarios de otros clientes, por las imágenes publicadas, por la publicidad o promoción del mismo establecimiento y por la comprobación de dicha calidad de servicio cuando se instala en el establecimiento de hospedaje y comprueba con la evidencias experimentadas por sí mismo respecto a la conducta de los empleados, acciones percibidas en la recepción, y otro requerimiento de necesidades propias del huésped.

Todo este proceso de lograr altos indicadores de calidad de servicios requiere de una planificación anticipada por el equipo de trabajo del establecimiento de hospedaje, de un trabajo estructurado, especializado y profesional combinado con la experiencia en el sector turismo, y el desenvolvimiento de la conducta humana de todos sus integrantes.

### **Encuesta calidad de atención del personal de establecimientos de hospedaje**

Además del análisis de acuerdo a los indicadores de calidad de servicios utilizando el cuestionario de Servqual realizado anteriormente, es conveniente ahondar exclusivamente más sobre la calidad de atención del personal en los establecimientos de hospedaje, los mismos que a continuación se explican.

Tabla 33

*Consolidado de la encuesta de calidad de atención del personal en los establecimientos de hospedaje en la ciudad de Puno*

ESCALA	AMABILIDAD RESPECTO	PERSO NAL ASEAD O	DISPOSIC ION DE AYUDA	DISPONIBILID AD DE INFORMACIO N	INSPIR AN CONFI ANZA	CONOCIENT O DE NECESIDADES DEL HUESPED	SOLUCION AR LOS PROBLEMA S	PORCEN TAJE PROMED IO
<b>Pésimo</b>	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>Malo</b>	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>Regular</b>	14.29	9.52	4.76	28.57	14.29	23.81	19.05	16.33
<b>Bueno</b>	76.19	71.43	85.71	52.38	66.67	61.90	52.38	66.67
<b>Excelente</b>	9.52	19.05	9.52	19.05	19.05	14.29	28.57	17.01
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

A nivel general la calificación de la calidad de atención del personal es de bueno expresado por el 66.67% de los encuestados, como promedio de los indicadores de amabilidad y respeto expresado por el personal, presentación del personal con aspecto limpio y aseado, la disposición de ayuda que muestra al huésped, que se inspira confianza y se puede confiar en el personal, conocimiento de necesidades de cada huésped, y el interés por escuchar y solucionar los problemas del huésped.

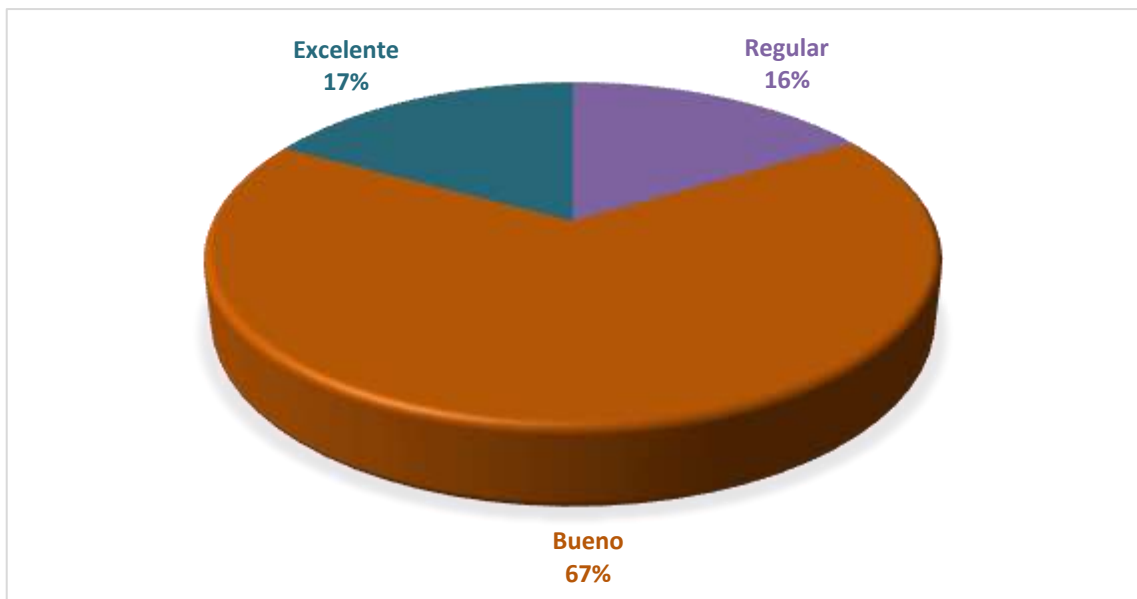


Figura 8. Calidad de atención del personal

En promedio la calificación de regular a la calidad de servicios fue expresado por el 16.33% de los encuestados, que no aparenta ser significativo, pero que en realidad si afecta la imagen corporativa de los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Puno ya que es una calificación por debajo de bueno.

Tabla 34

*Nivel de atención, amabilidad y respeto por el personal del establecimiento de hospedaje*

Calificación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	18	14.3	14.3	14.3
Bueno	96	76.2	76.2	90.5
Excelente	12	9.5	9.5	100.0
<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta al personal de los establecimientos de hospedaje, ante la pregunta: ¿El personal del hospedaje se muestra atento, amable y respetuoso?

De acuerdo a la tabla 30, el nivel de atención, amabilidad y respeto mostrado por el personal de los establecimientos de hospedaje es valorado como bueno por el 76.2% de los encuestados, el cual es bastante positivo y expresa la voluntad con el cual atiende el personal como parte de su perfil, sin embargo, también se presenta la calificación de regular con el 14.3% que es un indicador que todavía disminuye la percepción de una buena calidad de servicios.

Tabla 35  
*Calificación de apariencia de limpieza y aseo del personal del establecimiento de hospedaje por los clientes*

Calificación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	12	9.5	9.5	9.5
Bueno	90	71.4	71.4	81.0
Excelente	24	19.0	19.0	100.0
<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta al personal de los establecimientos de hospedaje, ante la pregunta: ¿El personal del hospedaje tiene un aspecto limpio y aseado?

La tabla 35 indica que la calificación de apariencia de limpieza y aseo del personal del establecimiento de hospedaje por los clientes es valorada como bueno por el 71.4% de los encuestados, por el cual se ratifica que la presentación del personal es un indicador de calidad de servicio muy tomado en cuenta por los administradores, pues significa la imagen corporativa de la organización al tener un personal con la indumentaria de trabajo que corresponde de acuerdo a sus funciones. También es condición que se valora al momento de seleccionar personal nuevo respecto a los hábitos de limpieza y aseo con las que cuenta el candidato al empleo, una característica propia y necesaria para expresar la calidad de servicio a los clientes.

El 9.5% de los encuestados considera y califica que la presentación o percepción de limpieza y aseo de personal es regular, el cual significa que existe descuido en la supervisión de la presentación de los empleados al momento de iniciar sus labores o funciones que le corresponden.



Tabla 36

*Nivel de disposición del personal para ayudar a los huéspedes*

Calificación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	6	4.8	4.8	4.8
Bueno	108	85.7	85.7	90.5
Excelente	12	9.5	9.5	100.0
<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta al personal de los establecimientos de hospedaje, ante la pregunta: ¿El personal del hospedaje está dispuesto de ayudar a los huéspedes?

En la tabla 36 se destaca el nivel de disposición del personal para ayudar a los huéspedes con calificación de bueno con 85.7%, que vale destacar dicha percepción por parte del cliente, quien capta la voluntad del personal por conocer sus requerimientos o resolver sus problemas y que inmediatamente acude en su ayuda, básicamente por la experiencia de trato con huéspedes anteriores.

Esta sintonía de actitudes entre el huésped y el empleado nace en realidad de la necesidad de apoyarse mutuamente, de uno que requiere el servicio de calidad y la otra parte dispuesta a prestarlo de con la diligencia necesaria.

Tabla 37

*Nivel de disponibilidad del personal del hospedaje para proporcionar información cuando el cliente lo solicita*

Calificación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	36	28.6	28.6	28.6
Bueno	66	52.4	52.4	81.0
Excelente	24	19.0	19.0	100.0
<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta al personal de los establecimientos de hospedaje, ante la pregunta: ¿El personal del hospedaje se muestra disponible para proporcionar información cuando lo necesite?

La tabla 37 evalúa el nivel de disponibilidad del personal del hospedaje para proporcionar información cuando el cliente lo solicita, el mismo que es valorado como bueno por el 52.4% de los encuestado y que tiene un indicador de excelente en 19%.

Este indicador expresa que los empleados siempre están atentos a brindar información requerida por los huéspedes, ya sea en forma verbal o con la otorgación de información escrita respecto a los detalles propios de los establecimientos de hospedaje: información

turística local, información de los medios de transporte local, contacto con agencias de viaje, cronogramas de actividades, programas de espectáculos durante su permanencia, etc. para los cuales el personal siempre está atento para escuchar, atender e informar sobre lo que requiera el huésped.

Es necesario complementar la información no solamente por el personal que labora en la organización sino también por los medios virtuales a los cuales tiene acceso el huésped, de tal manera que se pueda completar el servicio de calidad.

La calificación de regular el nivel de disponibilidad de brindar información por parte del personal del hospedaje cuando el cliente lo solicita es de 28.6%, es decir brindar información en forma esporádica, eventual, incompleta o finalmente no brindar información por desconocimiento o porque simplemente no lo desea hacer.

Tabla 38

*Nivel de percepción de confianza al personal del hospedaje por parte de los clientes*

Calificación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	18	14.3	14.3	14.3
Bueno	84	66.7	66.7	81.0
Excelente	24	19.0	19.0	100.0
<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta al personal de los establecimientos de hospedaje, ante la pregunta: ¿El personal del hospedaje inspira confianza, se puede confiar en ellos?

En la tabla 38, se evalúa el nivel de percepción de confianza al personal del hospedaje por parte de los clientes, el cual alcanza una calificación de bueno en 66.7%, dicho nivel de confianza está en la percepción de cumplimiento de lo prometido por el personal del establecimiento en el tiempo requerido y oportuno, creando un nivel de cordialidad mutua.

El 14.3% de los encuestados considera que el personal de los establecimientos de hospedaje le inspiran confianza solo en forma regular, es decir en forma intermedia o no totalmente.

Tabla 39

*Nivel de compromiso del personal por conocer las necesidades de cada huésped*

Calificación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	30	23.8	23.8	23.8
Bueno	78	61.9	61.9	85.7
Excelente	18	14.3	14.3	100.0
<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta al personal de los establecimientos de hospedaje, ante la pregunta: ¿El personal del hospedaje conoce y se esfuerza por conocer las necesidades de cada huésped?

En la tabla 39, se evalúa el nivel de compromiso del personal por conocer las necesidades de cada huésped, el mismo que es calificado como bueno por el 61.9% de los encuestados, el cual significa que los empleados están adecuadamente preparados para responder a los requerimientos que puedan presentar los huéspedes, y que rápidamente es percibido por el huésped respecto a la actitud del empleado, el mismo que incide en la calificación de la calidad del servicio.

Y el 23.8% del personal es percibido como personal que mantiene indiferencia respecto a las necesidades del huésped o lo hace de manera intermedia o en forma limitada. Este porcentaje es considerable si se trata de establecimientos de hospedaje categorizados y mayormente como resultado de no contar con personal con perfil e identidad profesional y por las bajas remuneraciones que percibe el personal.

Tabla 40

*Nivel de demostración de interés por escuchar y solucionar los problemas del huésped*

Calificación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	24	19.0	19.0	19.0
Bueno	66	52.4	52.4	71.4
Excelente	36	28.6	28.6	100.0
<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Fuente: Resultado de la aplicación de la encuesta al personal de los establecimientos de hospedaje, ante la pregunta: ¿El personal del hospedaje se muestra siempre interesados por escuchar y solucionar los problemas del huésped?

En la tabla 40, se evalúa el nivel de demostración de interés por escuchar y solucionar los problemas del huésped, cuya calificación es de bueno por el 52.4% de los encuestados, el cual es una actitud de empatía demostrado por el empleado y una acción por conocer la

situación actitudinal del huésped, y comprende que en realidad el huésped se encuentra en una ciudad distinta al de su origen y requiere ser escuchado en ausencia de sus familiares o seres queridos, o quiere platicar sobre las cultura de su país o conocer la nuestra. Un 19% aún se mantiene indiferente o actúa de manera intermedia en el interés por escuchar o mostrar interés por solucionar el problema del huésped, cuando es un aspecto básico el trato que se le debe dar con la finalidad de prestar un servicio de calidad.

Como información secundaria también presentamos la calificación que realiza el sistema de reservaciones a nivel internacional denominado Booking.com, cuya página web permite a los usuarios acceder a información sobre reservas en hoteles a nivel mundial. Los usuario de estas páginas leen la información sobre la experiencia de otros que expresan sus opiniones en forma de mensajes escritos, los mismos que tienen bastante influencia al momento de tomar decisiones para la elección de los establecimientos de hospedaje, por lo que se ha considerado las calificaciones a los establecimientos de hospedaje de la muestra para conocer cuál es la calificación de los huéspedes, una vez que se han retirado del establecimiento y califican distintas características valoradas sobre la calidad de servicio relacionado a los aspectos de personal, instalaciones y servicios, limpieza, confort, relación calidad-precio, y ubicación, los mismos que han acopiado de esta página web, en lo que corresponde a los establecimientos de la muestra. La calificación es por cada característica valorada del servicio, cuya información no sirve de contraste para comparar con los resultados de nuestro trabajo de investigación y su respectiva interpretación.

Tabla 41  
*Calificación de calidad de servicio según Booking.com*

Establecimiento		Personal	Instalaciones y servicios	Limpieza	Confort	Relación calidad precio	Ubicación
LIBERTADOR	5	8.7	8.6	9.2	8.8	8	9.2
JOSE ANTONIO	4	8.4	7.9	8.9	8.6	7.3	8.1
CASA ANDINA ESTÁNDAR	4	8.9	8.5	8.9	8.5	8.1	8.8
ROYAL INN	4	8.6	8.3	8.9	8.3	8.2	9.5
CONDE DE LEMOS	3	9	8	8.7	8.3	8.2	9.2
QALASAYA	3	8.8	8	8.9	8.3	8.3	9.3

Fuente: Pagina web de Booking.com, información secundaria acopiada de calificaciones por huéspedes de cada uno de los establecimientos de hospedaje de la muestra. La escala de calificación es de 0 a 10.

En lo que respecta al personal se ha advertido la expresión de una serie de apreciaciones según el establecimiento de hospedaje por ejemplo del Hotel Libertadores destacan los siguientes: “Todo excelente, el personal muy amable. La vista de la habitación, así como la del restaurant, espectacular”, “El personal es muy amable, las instalaciones muy bien cuidadas y limpias”, del Hotel José Antonio: “Lo único rescatable el desayuno y la atención en mesa del personal en restaurante”, “Personal muy amigable, hotel muy limpio y tranquilo. Recomendable para viajes de negocios principalmente y no para turismo”, “Es un hotel muy confortable, el personal muy dispuesto y amable. Las habitaciones limpias y amplias”. De Casa Andina Estándar: “La atención prestada es en todo momento por el personal”, “La atención del personal es excelente. El desayuno muy variado. Las habitaciones muy limpias y cómodas. El hotel está ubicado a unas cuadras de la plaza”.

Del Hotel Royal Inn: “La amabilidad del personal, la cesta de frutas en la habitación, el jardín del hotel...”, “La ubicación céntrica, el trato amable del personal. la limpieza y seguridad que brinda.”, “La limpieza, la atención del personal, cercanía a la plaza de armas, todo en general”.

Del Hotel Conde de Lemos: “Su amabilidad del personal, todo muy limpio y organizado, linda vista a la placita”, el personal que nos atendió desde la llegada muy amables”. “La gente del hotel toda muy amable y a disposición”, “La atención al huésped, preocupación ya que como es una ciudad en altura mi pareja se sintió mal”.

Finalmente, del Hotel Qalasaya: “El personal es muy amable. Nos prestaron ayuda en todo lo que necesitamos”. “El excelente trato del personal”, “Comodidad, céntrico, agradable en su decoración, personal muy amable sin ser sofisticado”.

Como se puede percibir, la calificación de los casos no solamente es al personal del establecimiento de hospedaje, sino también de otras características valoradas que finalmente combinados, constituyen la apreciación final de la calidad de servicio en conjunto.

#### **4.4. Discusión**

Según el trabajo de investigación de Gutiérrez (2014) “la industria hotelera presenta unos rasgos propios ya que se considera un producto-servicio, pero que está altamente influida por las opiniones y valoraciones hechas por los clientes”, ciertamente en nuestro trabajo de investigación observamos dicha realidad e implicancia de la dificultad para

caracterizar como producto-servicio por separado y porque consolida una serie de variables, porque además, la calidad de servicio en los establecimientos de hospedaje está determinado por la **infraestructura**, unas más adecuadas que otras según las categorías, por **procesos** como las de reserva, recepción y atención durante la permanencia y de **personas** que atienden o que están en contacto directo con los huéspedes, de los cuales es posible calificar integralmente la calidad total del servicio. En nuestro trabajo de investigación el énfasis está orientado a la calidad de atención brindado por las personas, por ello que algunos autores han denominado a este proceso de producto-servicio en los establecimientos de hospedaje como la servucción.

Se menciona esta característica porque la percepción de la calidad de servicio para el huésped es más integral considerando la valoración a la infraestructura, procesos y personas y es por ello que los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación han influido en las respuestas de los encuestados de una manera muy favorable y positiva respecto a la prestación de los servicios de calidad a pesar de que los empleados perciban una remuneración iguales o menores al sueldo mínimo vital.

Con el trabajo de investigación de (Silva, 2006) que realiza “la medición de la calidad de los productos turísticos y demuestra que el índice OFERTQUAL total no ponderado es de 0,94 quedando demostrado que son mayores a cero, ya que las percepciones superan las expectativas”, con dicha conclusión se coincide en que Puno tiene extraordinarios recursos turísticos pero existe carencia de calidad en algunos ítems por falta de profesionales de la especialidad y por la desmotivación del personal que los atiende por la remuneración por debajo de la remuneración mínimo vital. En todo caso no es perceptible en los resultados de una encuesta el efecto de la variable de la baja remuneración que perciben los empleados, ya que huésped valora integralmente la calidad de servicio.

Moreno *et al.*, (2016) cuando expresa que en los hoteles “se deben esmerar en hacer sentir a sus huéspedes que son importantes y especiales, y que la empresa se preocupa por ellos, por sus intereses y necesidades...” se percibe su aplicación en el trabajo de investigación que a pesar de que el personal no está adecuadamente remunerado, la conducta que muestran al momento de atender a los huéspedes, no se hace visible por que el trabajador asume que el objetivo del establecimiento de hospedaje es cumplir con la meta de tener

la habitaciones ocupadas y la atención al huésped es la razón de sus relación laboral, pasando por alto el monto de la remuneración que perciba.

Navarro *et al.*, (2008) consideran que “Los recursos humanos son considerados como un valor estratégico para la empresa...cuya calidad depende en gran medida del buen hacer de los profesionales que prestan su servicio cada día a los clientes”. En nuestro trabajo de investigación el potencial humano no es considerado un valor estratégico porque el proceso de selección o contrato de personal está determinado en la mayoría de los casos por la oferta laboral, la necesidad de las personas por trabajar, y no necesariamente el personal tiene una especialización o no es de la profesión calificada para su ejercicio en el sector turismo. Son pocos los establecimientos de hospedaje que proyectan que sus trabajadores se integren a los objetivos corporativos o empresariales y que cumplen con otorgar a los trabajadores parte de sus utilidades de acuerdo a ley.

López *et al.*, (2010) indica que “En consecuencia, las empresas que deseen ofrecer una alta calidad en la prestación del servicio deben buscar trabajadores más motivados y con mayores aspiraciones de promoción en su carrera laboral, los cuales estarán más comprometidos con su tarea y con la empresa.” Es una proposición pertinente por parte de los autores, con una lógica de relación causa-efecto en el que los trabajadores deben gozar de una serie de beneficios como factores motivantes para lograr un mejor desempeño que se convierte en una percepción de calidad de servicio por parte de los huéspedes.

En el presente trabajo de investigación dicha percepción de calidad de servicio es positivo y de porcentajes promedio buenos, a pesar de que las remuneraciones son mínimas. Esta conclusión determina que existen otros factores además del incentivo puramente económico.

Para efectuar la explicación recurrimos a la teoría de Herzberg relacionado a los **factores motivantes**, una relacionada a las condiciones de trabajo de naturaleza física, tales como las remuneraciones, los beneficios sociales, las políticas de la empresa más relacionados al entorno laboral, que si no lo experimentan o no reciben, o no existen serían los insatisfactores y la otra motivación está relacionada a la explicación de los resultados de esta investigación: el segundo factor de motivación está en **el contenido del trabajo**, en el que se realiza el reconocimiento del trabajador, la posibilidad de crecimiento de personal, el desafío que encuentran en su trabajo, los sentimientos de logro, la satisfacción

del trabajo realizado por un sentido de responsabilidad, expresiones de sentimiento de realización personal al estar ejerciendo una labor compatible con la formación técnica, profesional o de un conjunto de experiencias sin ninguna formación pero aprendida en el tiempo, la adecuadas relaciones con los compañeros de trabajo que los integra a pesar de tener una serie de carencias pero que conformar un grupo humano son sentido de colaboración y hermandad de que son ellos los que responsables de los resultados de la satisfacción de los huéspedes.

También el hecho de laboral en una organización de prestigio en este caso laborar en un establecimiento de hospedaje categorizado que les produce satisfacciones de status laboral, porque solamente el hecho de expresar que laboran en un establecimiento de hospedaje de tres estrellas crea una satisfacción interna de meditar que son personas privilegiadas y que no son comunes o son pocos relativamente en número que laboran en este sector y en situaciones particulares.

Es necesario complementar esta apreciación con la problemática del entorno respecto a la realidad económica y el desempleo en el Perú. No todos los jóvenes tienen oportunidades inmediatas para tener acceso a un empleo adecuadamente remunerado, no todos los que optan un título profesional o título de formación técnica tiene acceso inmediato a un puesto laboral por la falta de experiencia en años, y existen personas que no tienen ninguna formación técnica o estudios superiores en la especialidad pero que por la práctica en los establecimientos de hospedaje han adquirido la experiencia en la práctica.

Ante esta realidad el mercado laboral tiene mayor oferta que demanda para los puestos de trabajo, dicha coyuntura es aprovechando por los administradores, propietarios o emprendedores del sector hotelero que con la finalidad de obtener un mayor ingreso o rentabilidad o por el pronto recupero de la inversión realizada, determinan afectar la condición de necesidad de los trabajadores pagando remuneraciones iguales o menores al sueldo mínimo vital.

En cuanto al aspecto legal, en algunos casos la situación remunerativa se compensa con prestaciones de alimentos como podría ser el desayuno, el almuerzo o refrigerios que la misma Ley N° 28051, contempla como suministro directo si cuenta con los servicios de comedor en el mismo establecimiento, en este caso todos los establecimientos de hospedaje iguales o mayores de tres estrellas están obligados a contar con dicho servicio



para los huéspedes, que al mismo tiempo se aprovecha para otorgar alimentación a los empleados por costumbre o convenio colectivo, constituyendo como remuneración no computable, por tanto no se tendrá en cuenta para efectos de determinación de derechos y beneficios. Este hecho de brindar este beneficio al empleado no significa que la empresa debe disminuir la remuneración pactada.

Es nuestra posición, por la experiencia profesional en el ámbito del turismo consideramos que el personal de atención directa a los turísticas debe estar adecuadamente motivado para prestar el servicio que realmente debe recibir el turista, que viene con expectativas bastante altas sobre los recursos turísticos de la Región Puno, pero se encuentra con una realidad nada agradable en la recepción misma del establecimiento del hospedaje.

El turista por supuesto no entiende dicha actitud y lo toma como baja calidad de atención al cliente, cuando en realidad, el que emprende este tipo de servicios turísticos no ha determinado una política clara de motivación al personal, de seleccionar al personal más adecuado para una mejor atención, de promover la profesionalización de su personal.

Entonces en la actualidad se practica solamente el proceso de determinar los servicios en base a la rentabilidad o al beneficio que se pueda obtener por la tarifa del hospedaje en sus diversas modalidades, descuidando los procedimientos y protocolos de atención, así como la prestación de los servicios complementarios del hospedaje el cual incide negativamente en la percepción del buen servicio por parte de los turistas.

#### **4.5. Contrastación de Hipótesis**

##### **4.5.1 Prueba de hipótesis general**

La prueba para contrastar la hipótesis general se realiza mediante los resultados consolidados de las tablas expuestas en resultados y a nivel de promedios: La tabla de percepción de la remuneración, para correlacionar con el promedio de la encuesta del modelo de Servqual, y el promedio de la encuesta de calidad de servicio.

La hipótesis general que se planteó fue: “El impacto de la remuneración percibida por el personal tiene efectos negativos en la calidad servicios en los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Puno” y se tiene los siguientes coeficientes de correlación: La correlación entre la percepción de la remuneración

y el promedio de la encuesta Servqual es de 0.48671129 y el coeficiente de correlación entre la percepción de la remuneración y el promedio de la encuesta de calidad de atención del personal 0.441092125, cuya fuente es la tabla 42.

Tabla 42  
*Valores promedio para la determinación de los coeficientes de correlación*

<b>Escala de calificación</b>	<b>Percepción de remuneración</b>	<b>Promedio Servqual</b>	<b>Promedio calidad de servicio</b>
	<b>(X)</b>	<b>(Y1)</b>	<b>(Y2)</b>
Menos importante/ Pésimo	23.8	0	0
Ligeramente importante/ Malo	9.5	0	0
Moderadamente importante/ Regular	23.8	23.13	16.33
Muy importante/ Bueno	23.8	64.21	66.67
<b>El más importante/ Excelente</b>	<b>19</b>	<b>12.67</b>	<b>17.01</b>

Dichos coeficientes de correlación determinan el nivel de incidencia entre las dos variables: la variable independiente denominada “remuneración percibida” y la variable dependiente denominada “calidad de servicio”. Los valores de 0.48671129 y 0.441092125, son valores mayor a 0 e indican que correlación lineal entre las variables es de tendencia positiva o directa porque tiene tendencia a +1, es decir que la dependencia está en que si la variable remuneración disminuye, también la variable calidad de servicio disminuye, y si la variable remuneración aumenta, la calidad de servicio también aumenta, por ello se interpreta que tiene una dependencia directa y positiva, cercano al 0.50 en ambos casos que se interpreta como dependencia intermedia o de débil a fuerte y es una relación funcionalmente exacta y de incidencia significativa.

Esta proporción de variabilidad con tendencia hacia +1 nos indica que si bien existe relación o influencia directa, con valores de 0.48671129 y 0.441092125, la remuneración no lo es todo, que también existen otros factores tales como la confiabilidad, la responsabilidad, seguridad, y empatía que demuestre el trabajador en el establecimiento de hospedaje, y también la percepción de la calidad respecto a las instalaciones, la modernidad de los equipos, la atractividad de los materiales asociados con el servicio, etc. que en suma significa la calidad

de servicio en forma integral. Por lo que se demuestra la hipótesis general de que las remuneraciones percibidas por el personal tienen efecto en la calidad de servicio en los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Puno.

#### **4.5.2 Prueba de Hipótesis Específica 1**

La hipótesis específica se plantea con la siguiente afirmación: “La percepción de las remuneraciones igual o menor a la remuneración mínimo vital es negativa y determina la ausencia de trabajadores con formación profesional en la especialidad en los establecimientos de hospedaje”.

Se demuestra en la tabla 15 que el personal percibe una remuneración menor a 930 nuevos soles y el 28.6% entre 930 a 1,000 nuevos soles, y si realizamos la sumatoria de estos dos porcentajes, obtenemos que se trata del 66.7% que percibe una remuneración igual o menor a mil nuevos soles y el 14.3% prefiere no contestar en las encuestas, respecto al monto de remuneración que percibe.

Se demuestra en la tabla 7, que el rango de remuneraciones en los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Puno es de hasta un máximo de 930 expresado por el 52.38% de los encuestados.

En la tabla 9 se demuestra que el 33.3% de los encuestados considera que el total de su remuneración lo destina al consumo y gasto en sus necesidades básicas, el cual se entiende que en la actual situación económica en nuestro país es de comprender que los montos percibidos según la encuesta cumplen solo dicha finalidad.

En la tabla 11 se demuestra que solo el 47.6% es remunerado por planilla, similar porcentaje de 47.6% indican los trabajadores encuestados que perciben su remuneración fuera de planilla y un 4.8% prefieren no contestar a la pregunta.

Se demuestra en la tabla 14 el 55.1% de los encuestados expresa que su remuneración no es equitativa en relación a lo que perciben otros trabajadores en el mismo establecimiento de hospedaje.

Se demuestra en la tabla 16 que el 61.9% de los trabajadores encuestados de los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Puno tomarían la opción de cambiar de trabajo si se les presentara la oportunidad de percibir una mejor remuneración.

Este porcentaje es interpretado con el nivel de insatisfacción de los trabajadores respecto a la actual remuneración que perciben.

Se demuestra en la tabla 17, el nivel de satisfacción laboral de los trabajadores es calificado como regular en 42.9% y calificado como bueno por el 33.3% de los encuestados.

Se demuestra en la tabla 19, que el 23.8% de los encuestados expresa que la remuneración es importante en la satisfacción laboral y el más importante también el 19%, cuya sumatoria nos representa el 42.8%, el cual significa que sustancialmente la remuneración es importante como factor de motivación para la satisfacción laboral.

Para demostrar la carencia de la especialidad en los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Puno se demuestra en la tabla 4, analizando previamente que la problemática a nivel nacional es la falta de oportunidad de empleo en la mayoría de las profesiones y esta tiene incidencia en que los jóvenes en especial asumen actividades que no corresponden a su especialidad profesional por la necesidad de empleo o por la oportunidad de “ganar experiencia” en los inicios de su vida laboral.

Se demuestra en la tabla 4 que son las especialidades de Turismo (19%) y Administración en servicios de hotelería (19%) los que tienen mayor representación como trabajadores en los establecimientos de hospedaje, sin embargo, esta no es tan representativa considerando que la encuesta se ha realizado en la muestra de hoteles igual o mayor a tres estrellas, en los cuales debería implementarse con personal profesional. Se demuestra en esta misma tabla 4 que el 38.1%, indica que no tiene ninguna especialidad o formación técnica en el área de turismo y de ninguna otra especialidad. Este resultado es bastante delicado por tratarse de una estadística que se encuentra en hospedajes categorizados con tres estrellas a más, el cual lamentablemente es interpretado como una tendencia a la informalidad o improvisación en los servicios que tienen su raíz en el sistema de remuneraciones o en el hecho de que los propietarios dan prioridad a la reducción de los costos y alta rentabilidad con el consecuente efecto en la falta de la calidad de servicio con un nivel de excelencia.

También el personal de especialidad no es tomado en cuenta es por la remuneración que le correspondería pagar y por tanto la decisión del empresario hotelero es recurrir a la estrategia de contratar practicantes que en realizan labores de personal permanente, pagándoles montos mínimos y hasta en algunos casos sin ninguna retribución.

Con los argumentos expresados anteriormente se demuestra que la percepción de las remuneraciones igual o menor a la remuneración mínimo vital es negativa y determina la ausencia de trabajadores con formación profesional en la especialidad en los establecimientos de hospedaje.

#### **4.5.3 Prueba de Hipótesis Específica 2**

Se plantea la siguiente hipótesis:” Los indicadores de la calidad de servicio en la atención al turista nacional y extranjeros en los establecimientos es regular”, para demostrar esta segunda hipótesis específica se formulan dos encuestas, una aplicando el modelo encuesta de Servqual para determinar la calidad de servicio del hospedaje y otra encuesta para conocer con mayor precisión la calidad de atención al cliente.

Se demuestra en la Tabla 23, que el indicador de confiabilidad de la calidad de servicio de mayor calificación es de regular en 21.90%, el mismo que significa que no todo el personal de los establecimientos de hospedaje muestra la predisposición para cumplir con lo prometido de manera segura y exacta y por tanto no se materialice lo comprometido y no logran ante el huésped una imagen de confiabilidad. También es posible destacar esta desmotivación del personal que muestra insatisfacción en la escala de si “muestra interés” con la calificación de regular en un 33.33%. Se interpreta esta actitud del personal como una actitud de realizar su trabajo de manera mecánica, sin expresión de calidez humana, o interesarse con empatía por la situación de los huéspedes y ofrecerle su ayuda con naturalidad y de manera desinteresada con la muestra de voluntad en realizar sus actividades de propia iniciativa y a voluntad de parte.

Se demuestra en tabla 24 que el indicador de responsabilidad como componente de la calidad de servicio es regular en 25.40% en promedio, resaltando además

que el 38.10% de encuestados indica que el personal del establecimiento de hospedaje está ocupado.

Se demuestra en la tabla 25 que el 23.81% de los encuestados expresa que este indicador de seguridad es regular, cuando todos los establecimientos de hospedaje deben generar la percepción de seguridad que se concreta en que los empleados inspiran confianza, que existe seguridad al momento de las transacciones, que es recepcionado con altos niveles de cortesía por parte del personal de administración y de operaciones y que siempre absuelven sus consultas.

Se demuestra en la tabla 26, en el que los encuestados expresan que el indicador de empatía es calificado como regular en 23.81%, el cual se interpreta como la existencia de personal que aún no sintoniza con su labor profesional o que actúa de acuerdo a lo que percibe en sus remuneraciones, sin mayor motivación que el cumplimiento de sus funciones y con el horario de trabajo.

Se demuestra en la tabla 28, a nivel promedio de los indicadores de la calidad de servicio del modelo Servqual se califica de regular en 23.13%, el cual se interpreta como un promedio por debajo de la calificación de bueno y ello indica que aun los empresarios no le dan la total importancia a la capacitación del personal con los que cuentan o no están adecuado el proceso de selección de personal, y más están preocupados en mejorar la infraestructura propiamente dicha o copar las instalaciones, sin darle mayor importancia a la prestación del servicio propiamente dicho.

Se demuestra en la tabla 29, a nivel general la calificación de la calidad de atención del personal es en promedio de 16.33% calificado como regular, que no aparenta ser significativo, pero que en realidad si afecta la imagen corporativa de los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Puno ya que es una calificación por debajo de bueno.

Se demuestra en la tabla 30, el nivel de atención, amabilidad y respeto mostrado por el personal de los establecimientos de hospedaje es valorado como regular con el 14.3% que es un indicador que todavía disminuye la percepción de una buena calidad de servicios.

Se demuestra en la tabla 33 que evalúa el nivel de disponibilidad del personal del hospedaje para proporcionar información cuando el cliente lo solicita, el mismo que es valorado como regular en 28.6%, es decir brindar información en forma esporádica, eventual, incompleta o finalmente no brindar información por desconocimiento o porque simplemente no lo desea hacer.

Se demuestra en la tabla 34, que el 14.3% de los encuestados considera que el personal de los establecimientos de hospedaje le inspiran confianza solo en forma regular, es decir en forma intermedia o no totalmente.

Se demuestra en la tabla 35, que evalúa el nivel de compromiso del personal por conocer las necesidades de cada huésped, el mismo que es calificado como regular en 23.8% es decir que es percibido como personal que mantiene indiferencia respecto a las necesidades del huésped o lo hace de manera intermedia o en forma limitada.

Finalmente, en la tabla 36, se evalúa el nivel de demostración de interés por escuchar y solucionar los problemas del huésped, cuya calificación es de regular en 19%, es decir que el personal se mantiene indiferente o actúa de manera intermedia en el interés por escuchar o mostrar interés por solucionar el problema del huésped, cuando es un aspecto básico el trato que se le debe dar con la finalidad de prestar un servicio de calidad.

Con lo que se demuestra que los indicadores de la calidad de servicio en la atención al turista nacional y extranjeros en los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Puno es regular.

## CONCLUSIONES

- Se concluye que la correlación entre la percepción de la remuneración y el promedio de la encuesta Servqual es de 0.48671129 y el coeficiente de correlación entre la percepción de la remuneración y el promedio de la encuesta de calidad de atención del personal 0.441092125. Dichos valores son mayores a 0 e indican que existe correlación lineal entre las variables y es de tendencia positiva o directa porque tiene tendencia a +1, es decir que la dependencia está en que, si la variable remuneración disminuye, también la variable calidad de servicio disminuye, y si la variable remuneración aumenta, la calidad de servicio también aumenta.
- Los encuestados perciben una remuneración igual o menor a mil nuevos soles, los cuales tienen implicancia directa en el rendimiento o desempeño laboral de los trabajadores de los establecimientos de hospedaje y en la práctica más de la mitad de los encuestados perciben su remuneración fuera de planilla, el mismo que crea niveles de insatisfacción laboral. Estas condiciones remunerativas determinan una alta rotación de personal pues asumen la opción de cambiar de trabajo si se les presentara la oportunidad de percibir una mejor remuneración. Al mismo tiempo este diagnóstico determina que los establecimientos de hospedaje no cuentan con personal profesional en turismo.
- A nivel general la calificación de la calidad de atención del personal es de bueno considerando los promedios de los indicadores de amabilidad y respeto expresado por el personal, presentación del personal con aspecto limpio y aseado, la disposición de ayuda que muestra al huésped, que se inspira confianza y se puede confiar en el personal, conocimiento de necesidades de cada huésped, y el interés por escuchar y solucionar los problemas del huésped y un menor porcentaje de encuestados califica como regular, que no aparenta ser un porcentaje significativo, pero que en realidad si



afecta la imagen corporativa de los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Puno ya que es una calificación por debajo de bueno.

## **RECOMENDACIONES**

- Es necesario remunerar al personal de acuerdo a las funciones que realiza y al tiempo de dedicación para obtener resultados favorables en su rendimiento pues en realidad, la actual escala de remuneración no motiva al personal para mejorar su rendimiento laboral sino a la realización de funciones de manera mecánica y de cumplimiento formal. Es necesario implementar en los establecimientos de hospedaje un nuevo método de cálculo de remuneraciones con características de flexibilidad y variedad, considerando habilidades, conocimientos y actitudes de compromiso, de tal manera que se pueda lograr la motivación, incentivando el rendimiento y despertar el entusiasmo para laborar con mayor compromiso institucional, mejor atención al cliente y en el cumplimiento de funciones en forma adecuada y con rendimientos superiores con la finalidad de lograr altos niveles en la calidad de servicios.
  
- La política de remuneraciones en los establecimientos de hospedaje debe ser diferenciado con las políticas de remuneraciones de otros sectores, en especial por las características del sector turismo y debe incidir en determinar escalas de acuerdo a la responsabilidad, la experiencia, grado de dificultad y variedad del trabajo, creatividad requerida, conocimiento y la especialidad en el sector turismo. Las entidades de promocionar el turismo en la Región tales como DIRCETUR, Colegio de Licenciados en Turismo y otros, deben orientarse a la exigencia de la profesionalización del personal en los establecimientos de hospedaje si realmente se quiere orientar a la ciudad como destino turístico y por tanto también existe la necesidad de que esos cargos públicos en la Dirección o Gerencia Regional de Turismo sean profesionales de la especialidad en turismo, que garantizaría un cambio de actitudes que obligue moralmente a los empresarios a la contratación de personas también de la especialidad.

- Es necesario contar con personal con formación profesional de la especialidad y más aún en el sector turismo por la calidad y variedad de los clientes que conocen protocolos internacionales y califican la calidad de servicios de acuerdo a los recursos turísticos, la infraestructura hotelera y la calidad de servicio de personal. Asimismo el personal debe ser el idóneo en ejecutar los protocolos y los procedimientos especializados en la gestión de las reservas, tratamiento de las reservas, contratos de reserva, precios y tarifas, previsión de habitaciones, procesos de recepción a la llegada del huésped, proceso de check-in, procesos de recepción durante la estancia del huésped, sistemas de información para el cliente, gestión de quejas y reclamaciones, custodia de valores, gestión de conserjería, sistemas de facturación, seguridad en el alojamiento, etc. que son particularidades necesarias de ser sistematizados y que deben ser del dominio del personal que labora en los establecimientos de hospedaje. También es necesario reconocer que el perfil por competencia que se requiere en los procesos de selección de personal en este tipo de centros de trabajo deberá estar orientado a buscar personal con niveles de empatía, colaboración, trabajo en equipo, trabajo a presión, identidad institucional, capacidad de adaptación, proactividad y actitud positiva para solucionar los problemas o conflictos que se puedan presentar en el proceso de atención al huésped.

## BIBLIOGRAFÍA

- Albarrán, C. (2019). *Estudio comparativo de la percepción de calidad en hoteles de tres y cuatro estrellas de los turistas que visitan la ciudad de Cajamarca*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Cajamarca, Cajamarca, Perú.
- Albrecht, K. & Bradford, L. (1992). *Servicios de calidad: la ventaja competitiva*. Sao Paulo: Makron Books.
- Almadana, S. (2016). *Dirección estratégica de recursos humanos y compensación total*. (Tesis Doctorado). Universidad de Málaga, Málaga, España.
- Almeida, M., Redín, L. & Castilla, J. (2006). *Gestión de la calidad de los procesos turísticos*. Madrid: Editora Síntesis.
- Arohuanca, P. (2010). *Factores críticos de éxito y su influencia en el desarrollo turístico competitivo: caso comunidades de los Uros-Puno periodo 2008-2009*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional del Altiplano, Puno, Perú.
- Barrientos, C. (2017). *Plan de mejora organizacional como factor determinante de la calidad de servicio del Hotel Perú Pacífico en Jesús María*. (Tesis de pregrado). Universidad Privada Norbet Wiener, Lima, Perú.
- Caballero, A. (2014). *Guías metodología para los planes y tesis de maestría y doctorado*. Lima: Alen Caro.
- Calderón, J. (2016). *Propuesta de una política de desarrollo del talento humano para la mejora de la calidad del servicio en una muestra de hoteles de 3 y 5 estrellas en Lima y Huánuco*. (Tesis de Maestría). Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Cañi, E. (2016). *La gestión de servicio al cliente y el nivel de rentabilidad del sector hotelero del distrito de Tacna año 2015*. (Tesis de pregrado). Universidad Privada de Tacna, Tacna, Perú. Retrieved from

<http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/243/1/Ca%c3%b1i-Velasquez-Emelyn-Marilia.pdf>

- Carbajal, M. (2016). *Gestión del talento humano y el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco, 2015*. (Tesis de maestría). Universidad de Huánuco, Huánuco, Perú.
- Cartagena, R. (2016). *Características de los establecimientos de hospedaje categorizados por la DIRCETUR en relación a la legislación turística y gestión de marketing en la ciudad de Puno, 2014*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional del Altiplano, Puno, Perú.
- Cascio, W. & Boudreau, J. (2011). *Inversión en las personas. Impacto financiero de los recursos humanos en las iniciativas*. New Jersey: Pearson Education, Inc. FT Press.
- Castro, V. (2017). *Evaluación de la calidad del servicio del hotel Buenos Aires de la ciudad de Chimbote utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2014*. (Tesis de pregrado). Universidad Los Ángeles de Chimbote, Ancash, Perú.
- Chavarría, M. (2017). *Evaluación del Desempeño Laboral de los colaboradores del Hotel La Princesa, distrito Lince, 2017*. (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.
- Chon, K. S. & Sparrowe, R. T. (2000). *Atención al cliente en hostelería*. Madrid: Editora Paraninfo.
- Collins, C. & Clark, K. (2003). Prácticas estratégicas de recursos humanos, redes sociales del equipo de alta dirección y desempeño de la empresa: el papel de los recursos Humanos en la creación de una ventaja competitiva organizacional. *Academy of Manegenet Journal*, 46.
- Congreso de la República. (02 de agosto de 2003). Ley N° 28051 - Ley de prestaciones alimentarias en beneficio de los trabajadores sujetos al régimen laboral de la actividad privada. *El Peruano*.
- Correa, M. (2009). *La aportación estratégica de los Reportes Recursos Humanos de los Hoteles de alta gama en la ciudad de Barcelona*. Barcelona, España.
- Davidson, A. (2007). *Gestión de Calidad en Atención al Huésped y su Vinculación con la Motivación y la Capacitación en los Colaboradores de Recepción del Hotel Esturión & Lodge*. (Trabajo de Investigación). Universidad Abierta

- Interamericana, Buenos Aires, Argentina. Retrieved from <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC071088.pdf>
- Feigenbaum, A. (1951). *Total Quality Control*. New York: McGraw - Hill.
- Fitz-enz, J. (2000). *El ROI del capital humano: Medición del valor económico del desempeño de los empleados*. New York: Amacom.
- Gadotti, S. J. & Franca, A. (2009). La medición de la calidad de servicio: una aplicación en empresas hoteleras. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 18, (2), 175-186.
- García, T. B. (2001). *Calidad, Orientación al Servicio de los Empleados y Ratio H/E: Efecto de las Características de los Hoteles*.
- Gonzales, R. (2014). *La Calidad y la Satisfacción del Cliente en la hotelería Low Cost*. (Tesis de pregrado). Universidad de Valladolid, Valladolid, España.
- Gutiérrez, D. (07 de abril de 2014). Influencia de las políticas de motivación e incentivo en los recursos humanos de la Cooperativa de Telecomunicaciones Oruro Ltda. *Perspectivas*, (34), 45-112. Retrieved from [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1994-37332014000200002&script=sci\\_abstract](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1994-37332014000200002&script=sci_abstract)
- Oh, H. (1999). Calidad del servicio, satisfacción del cliente y el valor del cliente: una perspectiva holística. *International Journal of Hospitality Management*, 18(1), 67-82.
- Hernández, R. (2005). *Metodología de la Investigación*. México: Interamericana Editores.
- Hurtado, R. (2014). *Gestión de recursos humanos, para mejorar la calidad de servicio en una empresa hotelera de la ciudad de Huamachuco*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Trujillo., Trujillo, Perú.
- Joubert, E. (2015). *Los sistemas de gestión de calidad en el sector hotelero: perspectivas y desafíos para su implementación en hoteles de la ciudad de Neuquén*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina.
- López, T., Guzmán, T. & Sánchez J. (2010). La satisfacción laboral como valor intangible de los recursos humanos: un estudio de caso en establecimientos hoteleros. *Teoría y Praxis*, (7), 35-53.
- Martín, F. & Recio, M. (2006). *Análisis de la calidad percibida y motivaciones del turista rural*. Madrid: Dykinson.

- Monfort, M., Defante L., De Oliveira, D., & Mantovani, D. (2013). *Satisfacción del Consumidor de Servicios Hoteleros Implicaciones estratégicas Estudios y Perspectivas en Turismo Volumen 22*. Buenos Aires: Estudios y Perspectivas en Turismo.
- Moreno, M & Coromoto, M. (2016). Satisfacción del usuario y Calidad del servicio en alojamientos turísticos del estado de Mérida. *Revista de Ciencia Sociales*, 111.
- MTPE. (08 de Mayo de 1992). R.M. N° 091-1992- TR - Precisa que la Remuneración Mínima Vital incluye en su composición al Ingreso Mínimo Legal, a la Bonificación por Movilidad y a la Bonificación Suplementaria Adicional. *El Peruano*.
- Navarro, J., Bravo, I. & Jeréz, C. (2008). *Situación de la Gestión de los Recursos Humanos en las empresas de Hostelería*. España. Retrieved from <http://www.fehr.es/documentos/publicaciones/descargas/des-10.pdf>
- Nizama, G. (2018). *La calidad percibida del servicio hotelero y su relación en la percepción del cliente, Miraflores 2017*. (Tesis de pregrado). Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Noel, M. & Serna, Y. (2017). *Gestión del talento humano y la calidad del servicio en hoteles tres estrellas del distrito de Zorritos - 2015*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Tumbes, Tumbes, Perú.
- Olorunniwo, F., Hsu, M. K. & Udo, G. J. (2006). Calidad de servicio, satisfacción del cliente e intenciones de comportamiento en la fábrica de servicios. *Journal of Services Marketing*, 20(1), 59-72.
- Parasuraman, A., & Zeithalm, V. & Berry, L. (1985). Un modelo conceptual de calidad del servicio y sus implicancias para la investigación futura. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- PCM. (1993). *Artículo 24°- Derechos del trabajador a la remuneración equitativa*. Lima: Congreso de la República.
- Reeves, C. & Bednar, D. (1994). Definición de calidad: alternativas e implicaciones. *Academy of Management Review*, 19, 419-445.
- Reisinger, Y. (2001). *Características únicas de los servicios de Turismo, hostelería y ocio en: Gestión de la Calidad del servicio en hostelería, turismo y ocio*. New York: The Haworth Hospitality Press.

- Rioja, J. (2018). *Estrategias de gestión hotelera para mejorar el servicio del hostel los mangos Pucará – Jaén*. (Tesis de pregrado). Universidad de Sipán, Pimentel, Perú.
- Schiffman, L. & Lazar, L. (2001). *Comportamiento del Consumidor*. México: Prentice Hall.
- Siclla, R. (2017). *Mejora del servicio de alojamiento en hoteles de dos estrellas de Churín para incrementar el turismo*. (Tesis de pregrado). Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Silva, M. (2006). *Modelo OFERTQUAL para la evaluación de la calidad percibida del producto turístico en la provincia de Puno – 2005*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional del Altiplano, Puno, Perú.
- Tomazzoni, E. & Tavares, J. (2014). Emprendedurismo y gestión de recursos humanos en el hotelaría de Brasil: Un estudio bibliométrico. *Estudios y perspectivas en Turismo*. 23. 547-565. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/279602829\\_Emprendedurismo\\_y\\_gestion\\_de\\_recursos\\_humanos\\_en\\_la\\_hoteleria\\_de\\_Brasil\\_Un\\_estudio\\_bibliometrico/citation/download](https://www.researchgate.net/publication/279602829_Emprendedurismo_y_gestion_de_recursos_humanos_en_la_hoteleria_de_Brasil_Un_estudio_bibliometrico/citation/download)
- Vergara, J., Quesada, V. & Blanco, I. (2011). Análisis de la Calidad en el Servicio y Satisfacción de los Usuarios en dos Hoteles Cinco Estrellas de la Ciudad de Cartagena mediante un Modelo de Ecuaciones Estructurales. *Ingeniare. Rev. chil. ing.* 19(3), 420-428. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052011000300011>.
- Werther, W. B. & Davis, K. (1996). *Administración de Recursos Humanos. El Capital Humano de las empresas*. México: McGraw Hill.



## **ANEXOS**

**Anexo 1. Matriz de Consistencia**

**“NIVEL REMUNERATIVO DEL RECURSO HUMANO Y CALIDAD DE ATENCIÓN AL TURISTA EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE DE LA CIUDAD DE PUNO”**

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	HIPÓTESIS	OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	MÉTODOS	ESTADÍSTICA
<b>Pregunta General</b> ¿Cuál es el impacto de la remuneración percibida por el personal en la calidad servicios en los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Puno?	El impacto de la remuneración percibida por el personal tiene efectos negativos en la calidad servicios en los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Puno.	Determinar los efectos del nivel remunerativo igual o por debajo de la Remuneración Mínima Vital del personal e incidencia en la calidad de servicios prestados por el personal en los establecimientos de hospedaje en la ciudad de Puno	<b>V.I.</b> Nivel de remuneración del Recurso Humano	Planilla de remuneraciones con RMV Remuneraciones por debajo del RMV Monto de remuneración actual Horas extras Percepción de justicia positiva (SI) Percepción de justicia negativa (NO) Percepción de equidad positiva (SI) Percepción de equidad negativa (NO) Otras modalidades de pago, u otros beneficios Porcentaje de remuneración para el ahorro Porcentaje de remuneración para el consumo	<b>Tipo investigación:</b> Descriptiva  <b>Población:</b> Establecimientos de hospedaje categorizados y no categorizados de la ciudad de Puno  <b>Muestra.</b> No probabilística, en forma digitada dos Hoteles por categoría, y encuesta al cien por ciento del personal, en los establecimientos de hospedaje elegidos.  <b>Técnicas e Instrumentos</b> Acervo documentario Encuesta, cuestionario Entrevista, guía de entrevista.	Aleatorio Simple  Determinante de la correlación de Pearson  Tablas de frecuencia absoluta y relativa
<b>Preguntas Específicas:</b>	<b>HIPÓTESIS ESPECÍFICOS</b>	<b>OBJETIVO ESPECÍFICOS</b>				
¿Cuáles son las causas de que los empresarios de los establecimientos de hospedaje paguen a sus trabajadores igual por debajo de la Remuneración Mínima Vital y cuál es la percepción del trabajador?	La percepción de las remuneraciones igual o menor al sueldo mínimo vital es negativa y determina la ausencia de trabajadores con formación profesional en la especialidad en los establecimientos de hospedaje.	Analizar la percepción de las remuneraciones igual o menor al sueldo mínimo vital y sus implicancias en la ausencia de trabajadores con formación profesional en la especialidad en los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Puno				
¿Cuáles son los indicadores de la calidad de servicio en la atención al turista nacional y extranjeros en los establecimientos de hospedaje?	Los indicadores de la calidad de servicio en la atención al turista nacional y extranjeros en los establecimientos es regular	Conocer los indicadores de la calidad de servicio en la atención al turista nacional y extranjeros en los establecimientos de hospedaje en la ciudad de Puno.	<b>V.D.</b> Calidad de servicio.	Fiabilidad Capacidad de respuesta Seguridad Empatía Elementos tangibles	<b>Enfoque de Investigación</b> Cuantitativo  <b>Diseño de Investigación</b> No experimental	

**Anexo 2.** Encuesta para el personal de hospedajes de la ciudad de Puno

**ENCUESTA PARA EL PERSONAL DE HOSPEDAJES DE LA CIUDAD DE PUNO**

Buenos días, por favor le solicitamos apoyarnos para concluir nuestro trabajo de investigación en la Universidad Nacional del Altiplano, es para obtener información de los trabajadores que laboran en los hoteles de la ciudad de Puno. Sus respuestas serán totalmente ANÓNIMA Y CONFIDENCIAL. Gracias por tu apoyo.

Sexo: Masculino  Femenino  Edad: .....

¿Tiene alguna profesión o estudios técnicos? Si  No

En caso de indicar SI, preguntar “en que especialidad”:

1. ¿Indique entre que montos se ubica su remuneración actual?

A	Menos de 920	<input type="radio"/>
B	De 930 a 1000	<input type="radio"/>
C	De 1000 a 1200	<input type="radio"/>
D	De 1200 a 1400	<input type="radio"/>
E	De 1400 a 1500	<input type="radio"/>
F	De 1500 a mas	<input type="radio"/>

2. ¿Por favor podrías indicarnos cuál es tu remuneración exacta en la actualidad?.....nuevos soles

3. ¿Te pagan por horas extras? ¿O por horas trabajadas además de las 8 horas? SI  NO

4. Sobre 100% de tu sueldo, que porcentaje destinas a la remuneración que percibes?  
 a) Para consumo .....%  
 b) Para ahorro .....%

5. ¿Su remuneración actual contribuye o cubre las necesidades básicas del hogar? SI  NO

6. ¿Considera que a remuneración que le pagan actualmente es justa? SI  NO

7. ¿Considera que su remuneración es equitativa, comparada con otros trabajadores? SI  NO

8. ¿Además de tu remuneración, recibes algún pago adicional o bonificación? SI  NO

9. ¿Qué decisión tomarías respecto a tu actual remuneración? (marca con una X sobre el círculo)

- a) Cambiaría de trabajo por una mejor remuneración
- b) Me quedaría en mi actual trabajo

10. ¿Cuál es su nivel de satisfacción en tu actual trabajo? (Marca con una X)

Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. ¿Para usted cuales son los determinantes para su satisfacción laboral en una empresa?  
(Enumere del 1 al 5 según el grado de importancia, siendo 1 el aspecto más importante y 5 el aspecto menos importante)

<b>Ambiente laboral</b>	<b>Remuneración</b>	<b>Reconocimiento</b>	<b>Línea de carrera</b>	<b>Logro de objetivos</b>

### Anexo 3. Encuesta sobre la calidad del servicio del hospedaje

#### ENCUESTA SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL HOSPEDAJE

Buenos días, por favor le solicitamos responder esta encuesta para concluir nuestro trabajo de investigación en la Universidad Nacional del Altiplano, es para obtener información de los trabajadores que laboran en los hoteles de la ciudad de Puno. Sus respuestas serán totalmente ANÓNIMA Y CONFIDENCIAL. Muchas Gracias.

<b>CONFIABILIDAD</b>		<b>Pésimo</b>	<b>Malo</b>	<b>Regular</b>	<b>Bueno</b>	<b>Excelente</b>
1	Cumple lo que promete a tiempo					
2	Muestra interés por resolver su problema					
3	El servicio es correcto y de primera					
4	Ofrece sus servicios adicionales cuando los promete					
5	Brinda información sobre horario de servicios					
<b>RESPONSABILIDAD</b>		<b>Pésimo</b>	<b>Malo</b>	<b>Regular</b>	<b>Bueno</b>	<b>Excelente</b>
6	Brindan servicio con prontitud a los clientes.					
7	Siempre están dispuestos a ayudar a los clientes.					
8	No están tan ocupados como para desatenderlo					
<b>SEGURIDAD</b>		<b>Pésimo</b>	<b>Malo</b>	<b>Regular</b>	<b>Bueno</b>	<b>Excelente</b>
9	Los empleados le inspiran confianza					
10	Al realizar transacciones se siente seguro					
11	Tratan a los clientes siempre con cortesía.					
12	Saben cómo responder a sus consultas					
<b>EMPATÍA</b>		<b>Pésimo</b>	<b>Malo</b>	<b>Regular</b>	<b>Bueno</b>	<b>Excelente</b>
13	El hotel brinda atención individual.					
14	El empleado brinda atención personal					
15	Los empleados entienden sus necesidades					
<b>BIENES TANGIBLES</b>		<b>Pésimo</b>	<b>Malo</b>	<b>Regular</b>	<b>Bueno</b>	<b>Excelente</b>
16	La apariencia de los equipos es moderna.					
17	Las instalaciones físicas son atractivas.					
18	La presentación de los empleados es buena.					
19	Los materiales asociados con el servicio son atractivos					
20	Los horarios de actividades son convenientes.					

**Anexo 4.** Encuesta de calidad de atención para conocimiento de las competencias del personal

**ENCUESTA DE CALIDAD DE ATENCIÓN PARA CONOCIMIENTO DE LAS  
COMPETENCIAS DEL PERSONAL**

<b>CALIDAD DE ATENCIÓN DEL PERSONAL</b>		<b>Pésimo</b>	<b>Malo</b>	<b>Regula r</b>	<b>Buen o</b>	<b>Excelen te</b>
1	¿El personal del hospedaje se muestra atento, amable y respetuoso?					
2	¿El personal del hospedaje tiene un aspecto limpio y aseado?					
3	¿El personal del hospedaje está dispuesto de ayudar a los huéspedes?					
4	¿El personal del hospedaje se muestra disponible para proporcionar información cuando lo necesite?					
5	¿El personal del hospedaje inspira confianza, se puede confiar en ellos?					
6	¿El personal del hospedaje conoce y se esfuerza por conocer las necesidades de cada huésped?					
7	¿El personal del hospedaje se muestra siempre interesados por escuchar y solucionar los problemas del huésped?					