

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES



TESIS

**“LA EXPORTACIÓN DE SERVICIOS Y LA CALIDAD DE ALOJAMIENTO
TURÍSTICO DEL HOSPEDAJE LA POSADA DE TACNA-2016”**

TESIS PRESENTADO POR:

BACH. NESTOR ALBERTO MANRIQUE ANCO

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES.

TACNA, 2016

DEDICATORIA

Deseo dedicar con mucho amor principalmente a Dios a través de mis padres, Ana Lourdes Anco Rejas y Néstor Guillermo Manrique Martínez, quienes me brindaron su apoyo y amor incondicional. Porque creyeron en mí y porque me sacaron adelante, dándome ejemplos dignos de superación y entrega. Gracias por todo papá y mamá por darme las fuerzas necesarias para poder culminar mi carrera profesional, apoyándome y brindándome todo su amor, por todo esto les agradezco de todo corazón.

A mi hermano Luis Manrique Anco, gracias por darme ánimos, escucharme y darme su comprensión para la realización de esta tesis. Gracias por estar a mi lado y acompañarme en este proceso tan importante en mi vida

RECONOCIMIENTO

A mi familia por su apoyo incondicional para la concreción de la tesis de Administración y Negocios Internacionales

A mi asesor, Ing. Com. Rubén Laquita por su constante orientación y motivación para concluir la presente investigación.

PRESENTACIÓN

La presente investigación está basada en conocer la relación que existe entre la Exportación de Servicios y la Calidad de Alojamiento Turístico del Hospedaje La Posada de Tacna, al corroborar dicha relación, se puede afirmar que mientras mejor se desarrolle una empresa como exportadora de servicios, mayor será la calidad que ofrece, haciéndola más competitiva.

La investigación se enfoca en el rubro hotelero de la Región de Tacna, el cual tiene un crecimiento cada vez más desarrollado, gracias a la llegada de turistas internacionales. Por otro lado, el incremento de la demanda de turistas extranjeros ya no provienen solo de Chile, sino también de otros países como Argentina, Brasil, Bolivia, Estados Unidos y Japón, generando el aumento de nuevas ofertas en el rubro hotelero, sin embargo se ha dejado atrás la Calidad que estos hospedajes y hoteles brindan.

Es importante que un hospedaje ya no solo se desarrolle como tal, sino también que se enfoque como una empresa exportadora de Servicios, adquiriendo más beneficios y más competitividad.

Por esta razón se pretende determinar la relación entre las dos variables investigadas y comprobar el nivel de desarrollo de la Exportación de Servicios a través de la Normativa de la Ley de Fomento al Comercio Exterior de Servicios y el nivel de la Calidad de Alojamiento Turístico a través del Modelo SERVQUAL, ambas variables son percibidas por los mismos turistas extranjeros que pernoctan en el Hospedaje La Posada de Tacna.

La presente investigación es importante porque dará a conocer la relevancia que tiene el desarrollo de la Exportación de Servicios del hospedaje y la relación que tiene con la calidad del mismo, cabe mencionar que es el primer paso para entender y desarrollar con amplitud la exportación de un servicios a través del sistema de Franquicias, de ese modo poder perfilar al sector turismo como uno de los principales ejecutores del movimiento de la economía regional, así mismo la Región de Tacna puede internacionalizar sus servicios con mayor amplitud.

RESUMEN

Se estudió la relación que existe entre la Exportación de Servicios y la Calidad de Alojamiento Turístico del Hospedaje La Posada de Tacna. Para ello se estableció el objetivo general de determinar la relación directamente proporcional que existe entre la Exportación de Servicios y Calidad de Alojamiento Turístico, del Hospedaje La Posada de Tacna, los objetivos secundarios son: 1.- Determinar el nivel de la Exportación de Servicios 2.- Determinar el nivel de la Calidad de Alojamiento turístico.

La investigación se aplicó en 169 turistas extranjeros que pernoctaron en el Hospedaje La Posada de Tacna.

Para el sustento de la parte teórica se consultó diferentes fuentes bibliográficas y para el trabajo de campo se aplicaron encuestas en la muestra escogida.

Luego del trabajo de campo se analizaron los datos obtenidos y se procesaron con ayuda de la teoría obtenida y de los conocimientos de los tesisistas. Interpretando los resultados obtenidos que se presentan detalladamente en el presente informe.

Esto permitió llegar a la conclusión final de que la Exportación de Servicios tiene una relación directamente proporcional con la Calidad de Alojamiento Turístico del Hospedaje La Posada de Tacna.

ABSTRACT

The relationship between the Exportation of Services and the Quality of Tourist Accommodation of La Posada de Tacna Lodging was studied. For this purpose, the general objective of determining the directly proportional relationship between the Exportation of Services and Quality of Tourist Accommodation was established, the Posada de Tacna Lodge, the secondary objectives are: 1.- Determine the level of the Export Services 2 .- Determine the level of Tourist Accommodation Quality.

The research was applied to 169 foreign tourists who spent the night at Lodging “La Posada de Tacna”.

For the support of the theoretical part, different bibliographical sources were consulted and surveys were applied to the field sample.

After the field work the data obtained were analyzed and processed with the help of the theory obtained and the knowledge of the tesists. Interpreting the results obtained that are presented in detail in the present report.

This allowed us to reach the final conclusion that the Export of Services has a relationship directly proportional to the Quality of Tourist Accommodation of the Lodging “La Posada de Tacna”.

INDICE

| | |
|---|------|
| DEDICATORIA..... | II |
| PRESENTACIÓN..... | IV |
| RESUMEN..... | V |
| ABSTRACT..... | VI |
| INTRODUCCIÓN..... | XIII |
| PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 12 |
| DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA..... | 12 |
| DELIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN..... | 13 |
| Delimitación Espacial..... | 13 |
| Delimitación Temporal..... | 13 |
| FORMULACIÓN DEL PROBLEMA..... | 13 |
| OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN..... | 14 |
| JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN..... | 14 |
| ALCANCES Y LIMITACIONES..... | 17 |
| CAPITULO I..... | 19 |
| MARCO TEÓRICO..... | 19 |
| 1.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN..... | 19 |
| 1.2. BASE TEÓRICA..... | 22 |
| 1.2.1. TEORÍA DE EXPORTACIÓN DE SERVICIOS..... | 22 |
| 1.2.1.1. Definición..... | 22 |
| 1.2.1.2. Características..... | 24 |
| 1.2.1.3. Modalidades de la exportación de servicios..... | 26 |
| 1.2.1.4. Clasificación según la organización mundial del comercio:..... | 28 |
| 1.2.1.5. La exportación de servicios a través de hospedajes..... | 30 |
| 1.2.1.6. Registro especial para establecimientos de hospedaje..... | 31 |

| | |
|---|----|
| 1.2.1.7. Requisitos para la inscripción de la exportación de servicios de hospedaje | 31 |
| 1.2.1.8. Obligaciones del régimen | 33 |
| 1.2.1.9. Requisitos mínimos del detalle del consumo | 34 |
| 1.2.1.10. Saldo a favor del exportador..... | 35 |
| 1.2.2. TEORÍA DE LA CALIDAD DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO..... | 36 |
| 1.2.2.1. Definición | 36 |
| 1.2.2.2. Características | 38 |
| 1.2.2.3. El Modelo SERVQUAL en hoteles:..... | 39 |
| 1.2.2.4. Calidad de los servicios en Alojamientos Turísticos..... | 41 |
| 1.2.2.5. La calidad y la competitividad..... | 42 |
| 1.2.2.6. Atracción y Mantenimiento del servicio para turistas extranjeros..... | 43 |
| 1.3. DEFINICIONES DE TÉRMINOS BÁSICOS..... | 45 |
| 1.4. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS | 49 |
| 1.4.1. HIPÓTESIS GENERAL | 49 |
| 1.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS..... | 49 |
| 1.5. SISTEMA DE VARIABLES | 49 |
| CAPITULO II | 51 |
| METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN..... | 51 |
| 2.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN | 51 |
| 2.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN | 51 |
| 2.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN..... | 51 |
| 2.4. POBLACIÓN Y MUESTRA DE ESTUDIO | 53 |
| 2.4.1. Población | 53 |
| 2.4.2. Muestra | 54 |
| 2.5. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN | 56 |
| 2.6. ÁMBITO DE INVESTIGACIÓN..... | 56 |

| | |
|--|-----|
| 2.7. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN | 57 |
| 2.8. SELECCIÓN Y VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN..... | 57 |
| CAPITULO III | 58 |
| ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS | 58 |
| 3.1. CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTOS | 58 |
| 3.2. RESULTADO SOBRE EXPORTACIÓN DE SERVICIOS EN TURÍSTICAS EXTRANJEROS..... | 62 |
| 3.2.1. RESULTADO POR ÍTEM | 65 |
| 3.3. RESULTADOS SOBRE CALIDAD DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO..... | 73 |
| 3.3.1 RESULTADOS POR ITEM..... | 75 |
| CAPITULO IV..... | 96 |
| COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS..... | 96 |
| 4.1. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS DE EXPORTACIÓN DE SERVICIOS | 96 |
| 4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS DE CALIDAD DE ALOJAMIENTO TURISTICO..... | 98 |
| 4.3. HIPÓTESIS GENERAL | 100 |
| 4.4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS. | 103 |
| CONCLUSIONES | 104 |
| SUGERENCIAS | 105 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS | 106 |
| ANEXO N°01: MATRIZ DE CONSISTENCIA | 110 |
| ANEXO N°02: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES | 111 |
| ANEXO N°03: INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN..... | 112 |
| ANEXO N° 04: ESTUDIO DE PERSONAS QUE PERNOCTAN EN EL HOSPEDAJE LA POSADA DE TACNA, EN LOS MESES DE JULIO, AGOSTO Y SETIEMBRE DEL AÑO 2013 y 2014 | 117 |

INDICE DE GRAFICOS

| | |
|---|----|
| GRÁFICO N° 1: PBI DE TACNA POR SECTORES, 2013 | 15 |
| GRÁFICO N° 2 PEA OCUPADA POR RAMA DE ACTIVIDADES, TACNA 2013 | 16 |
| GRAFICO N° 3 PROCESO DE LA INTERNACIONALIZACIÓN | 23 |
| GRAFICO N° 4: MODALIDAD: SUMINISTRO TRANSFRONTERIZO | 27 |
| GRAFICO N° 5: MODALIDAD: CONSUMO EN EL EXTRANJERO..... | 27 |
| GRAFICO N° 6: MODALIDAD: PRESENCIA COMERCIAL | 28 |
| GRAFICO N° 7: MODALIDAD: PRESENCIA DE PERSONAS FÍSICAS | 28 |
| GRAFICO N° 8: CALIDAD PERCIBIDA DE SERVICIO..... | 37 |
| GRAFICO N° 9: LAS CINCO FUERZAS DE MICHAEL PORTER | 43 |
| GRAFICO N° 10: CONCEPTO DE SERVICIO DEL MODELO DE GRÖNROOS | 44 |
| GRAFICO N° 11: NIVEL DE EXPORTACIÓN DE SERVICIOS | 64 |
| GRAFICO N° 12: NIVEL DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD | 66 |
| GRAFICO N° 13: NIVEL DE HOSPEDAJE Y ALIMENTACIÓN..... | 68 |
| GRAFICO N° 14: NIVEL DEL COMPROBANTE DE PAGO, MONTO PAGADO Y CONSIGNADO..... | 70 |
| GRAFICO N° 15: NIVEL DEL CLASIFICACIÓN Y CATEGORIZACIÓN..... | 72 |
| GRAFICO N° 16: NIVEL DEL CALIDAD DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO..... | 75 |
| GRAFICO N° 17: NIVEL DE ELEMENTOS TANGIBLES | 77 |
| GRAFICO N° 18: NIVEL DE FIABILIDAD..... | 79 |
| GRAFICO N° 19: NIVEL DE CAPACIDAD DE RESPUESTA | 81 |
| GRAFICO N° 20: NIVEL DE PROFESIONALIDAD | 83 |
| GRAFICO N° 21: NIVEL DE CORTESÍA Y ATENCIÓN | 85 |
| GRAFICO N° 22: NIVEL DE CREDIBILIDAD | 87 |
| GRAFICO N° 23: NIVEL DE SEGURIDAD..... | 89 |
| GRAFICO N° 24: NIVEL DE ACCESIBILIDAD | 91 |

| | |
|---|----|
| GRAFICO N° 25: NIVEL DE COMUNICACIÓN..... | 93 |
| GRAFICO N° 26: NIVEL DE COMPRENSIÓN | 95 |

INDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| TABLA N° 1: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES | 49 |
| TABLA N° 2: CLIENTES EXTRANJEROS EN LOS MESES DE JULIO, AGOSTO, SETIEMBRE DEL 2016 - POBLACIÓN..... | 53 |
| TABLA N° 3: CLIENTES EXTRANJEROS EN LOS MESES DE JULIO, AGOSTO, SETIEMBRE DEL 2016 – MUESTRA | 56 |
| TABLA N 4° ESCALA DE ALPHA DE CRONBACH | 59 |
| TABLA N° 5 INDICADORES DE EXPORTACIÓN DE SERVICIOS..... | 60 |
| TABLA N° 6 INDICADORES DE CALIDAD DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO | 60 |
| TABLA N° 7 PUNTAJE DE LA ESCALA DE LIKERT DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE Y DEPENDIENTE..... | 61 |
| TABLA N° 8 : ALPHA DE CRONBACH: | 61 |
| TABLA N° 9: VARIABLE INDPENDIENTE: EXPORTACIÓN DE SERVICIOS | 62 |
| TABLA N° 10: INDICADOR 01: DOCUMENTO DE IDENTIDAD | 65 |
| TABLA N° 11: INDICADOR 02: HOSPEDAJE Y ALIMENTACIÓN | 67 |
| TABLA N° 12: INDICADOR 03: COMPROBANTE DE PAGO, MONTO PAGADO Y CONSIGNADO | 69 |
| TABLA N° 13: INDICADOR 04: CLASIFICACIÓN Y CATEGORIZACIÓN | 71 |
| TABLA N° 14: VARIABLE DEPENDIENTE: CALIDAD DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO..... | 73 |
| TABLA N° 15: INDICADOR 01: ELEMENTOS TANGIBLES | 75 |

| | |
|--|-----|
| TABLA N° 16: INDICADOR 02: FIABILIDAD..... | 77 |
| TABLA N° 17: INDICADOR 03: CAPACIDAD DE RESPUESTA | 79 |
| TABLA N° 18: INDICADOR 04: PROFESIONALIDAD..... | 81 |
| TABLA N° 19: INDICADOR 05: CORTESÍA Y ATENCIÓN | 84 |
| TABLA N° 20: INDICADOR 06: CREDIBILIDAD | 86 |
| TABLA N° 21: INDICADOR 07: SEGURIDAD | 88 |
| TABLA N° 22: INDICADOR 08: ACCESIBILIDAD | 90 |
| TABLA N° 23: INDICADOR 09: COMUNICACIÓN | 92 |
| TABLA N° 24: INDICADOR 10: COMPRENSIÓN AL CLIENTE | 94 |
| TABLA N° 25 NIVEL DE EXPORTACIÓN DE SERVICIOS Y VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS..... | 96 |
| TABLA N° 26 NIVEL DE CALIDAD DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO Y VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS..... | 98 |
| TABLA N° 27 PRUEBA DE CHI CUADRADO PARA HIPÓTESIS GENERAL..... | 100 |
| TABLA N° 28 TABLA DE CONTINGENCIA EXPORTACIÓN DE SERVICIOS * CALIDAD DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO..... | 101 |

INDICE DE CUADROS

| | |
|--|----|
| CUADRO N° 1 DESARROLLO DE LA FÓRMULA PARA ENCONTRAR LA MUESTRA | 55 |
|--|----|

INTRODUCCIÓN

La investigación se basa en la relación que existe entre la Exportación de Servicios y la Calidad de Alojamiento Turístico del Hospedaje La Posada de Tacna.

Este trabajo, muy aparte de resaltar la relación de ambas variables, desea también destacar el nivel de la Exportación de Servicios del Hospedaje La Posada de Tacna y conocer El nivel de la Calidad de Alojamiento Turístico.

El primer capítulo lleva el nombre de Marco Teórico donde se tuvo en cuenta los antecedentes de la investigación, las bases teóricas de las variables en estudio y las definiciones operacionales.

El segundo capítulo lleva el nombre de Metodología de la Investigación donde se desarrolló los puntos de tipo, diseño y nivel de investigación, así como también se tiene en cuenta la población y la muestra para llevar a cabo la investigación.

El tercer capítulo lleva el nombre de Análisis e Interpretación de datos, donde se desarrolló los puntos de presentación de resultados del trabajo de campo a través de tablas y gráficos con sus respectivos análisis de lo observado y concluido.

El cuarto capítulo lleva el nombre de Comprobación de Hipótesis donde se desarrolló pruebas estadísticas para corroborar las Hipótesis Planteadas

Finalmente se elabora las conclusiones y sugerencias, donde se desarrolló las conclusiones llegadas después de los resultados y se plantean sugerencias para los casos necesarios.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En un mundo más globalizado, las exportaciones se han ido desarrollando con mayor velocidad, no solo en las exigencias realizadas en la elaboración de productos, sino también las relacionadas con los servicios, generando una oferta exportable de bienes y servicios cada vez más competitiva, donde se desarrolle la calidad de los mismos.

En el sector Regional de Tacna el aumento de turistas extranjeros ha generado un incremento en la oferta de hospedajes, esto conduce a que las propuestas de hospedaje sean cada vez más competitivas, en Tacna existe muchas empresas dedicadas a los servicios de hospedaje que carecen de ciertos aspectos de formalidad y calidad, limitándolas para convertirse en empresas exportadoras de servicios.

La investigación se enfoca en el rubro hotelero de la Región de Tacna, el cual tiene un crecimiento cada vez más desarrollado, gracias a la llegada de turistas internacionales. Por otro lado, el incremento de la demanda de turistas extranjeros ya no provienen solo de Chile, sino también de otros países como Argentina, Brasil, Bolivia, Estados Unidos y Japón, generando el aumento de nuevas ofertas en el rubro hotelero, sin embargo se ha dejado atrás la Calidad que los hospedajes y hoteles brindan.

En el 2015 El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo comenzó un proceso de Fomento de las Exportaciones de Servicios, que años anteriores no existía, generando información a nivel regional sobre la Exportación de Servicios, a causa de la falta de información los Alojamientos Turísticos no se habían desarrollado como empresas exportadoras de servicios, en ese sentido también es importante mencionar las causas relacionadas a la informalidad y la falta de cumplimiento de los requisitos que Solicita la SUNAT, actualmente el sector relacionado a Hospedaje y Hoteles está dentro del artículo 33 y del

Apéndice V de la Ley de Fomento del Comercio Exterior de servicios , donde también se describe el beneficio del saldo a favor del exportador, este beneficio hace más atractiva la Ley de Fomento de Comercio Exterior de Servicios para las empresas.

La falta de evaluación de la capacidad de internacionalización y la falta de una constante evaluación de la calidad del servicios causan que una empresa no pueda desarrollarse como una exportadora de servicios

Es por esta razón, es importante que un hospedaje ya no solo se desarrolle como tal, sino también que se enfoque como una empresa exportadora de Servicios, adquiriendo más beneficios, más calidad y generando así más competitividad.

DELIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Delimitación Espacial

-Esta investigación está comprendida en la localidad de la Región de Tacna, Provincia de Tacna, Distrito de Tacna, con la información del Hospedaje, "LA POSADA DE TACNA", 2016.

Delimitación Temporal

-Esta investigación se efectuara en un trimestre, que abarca los meses de Julio, Agosto y Setiembre del 2016, tomando como referencia de investigación los datos proporcionados por el Hospedaje, "LA POSADA DE TACNA".

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

Formulación de Problema General

¿Cuál es la relación que existe entre la Exportación de Servicio y la Calidad de Alojamiento Turística del Hospedaje La Posada de Tacna?

Formulación de Problemas Específicos

- a) ¿Cuál es el nivel de la Exportación de Servicios del Hospedaje, La Posada de Tacna?
- b) ¿Cuál es el nivel de la Calidad de Alojamiento Turístico del Hospedaje, La Posada de Tacna?

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General

Determinar la relación que existe entre la Exportación de Servicios y la Calidad de Alojamiento Turístico del Hospedaje La Posada de Tacna, para saber si son directamente proporcionales

Objetivos Específicos

- a) Determinar el nivel de la Exportación de Servicios del Hospedaje La Posada de Tacna, para conocer cómo se relaciona con la Calidad de Alojamiento turístico de la empresa.
- b) Determinar el nivel de la Calidad de Alojamiento Turístico del Hospedaje La Posada de Tacna, para conocer cómo se relaciona con la Exportación de Servicios de la empresa.

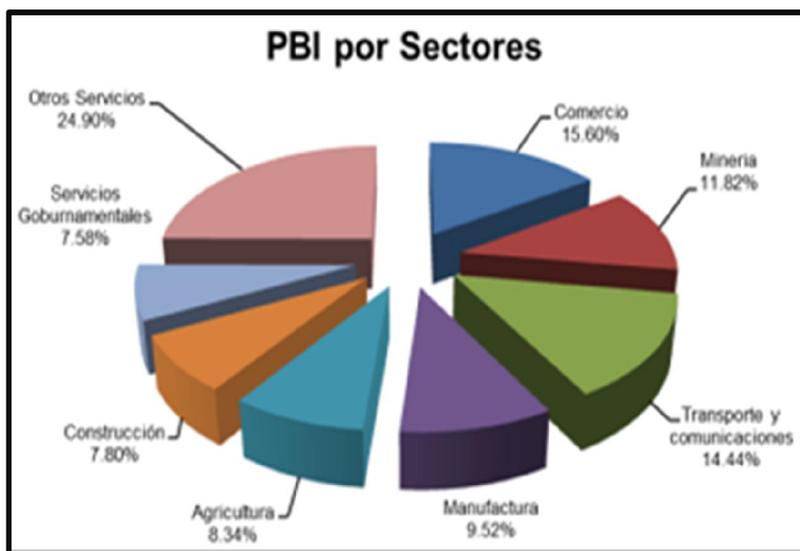
JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

El análisis del INEI del año 2013, nos permite saber que el sector de servicios ha adquirido una gran notoriedad e importancia en la Región de Tacna.

Según (INEI, 2013) las principales actividades económicas que aportan al Producto Bruto Interno (PBI a precios constantes) de Tacna al 2013 fueron el sector de Otros Servicios con 24.9% donde se incluyó a hoteles y restaurantes; y el sector comercio con 15.6%. Otros sectores de importancia

en contribución al PBI son la minería, transporte y comunicaciones, manufactura, agricultura, construcción y servicios gubernamentales.

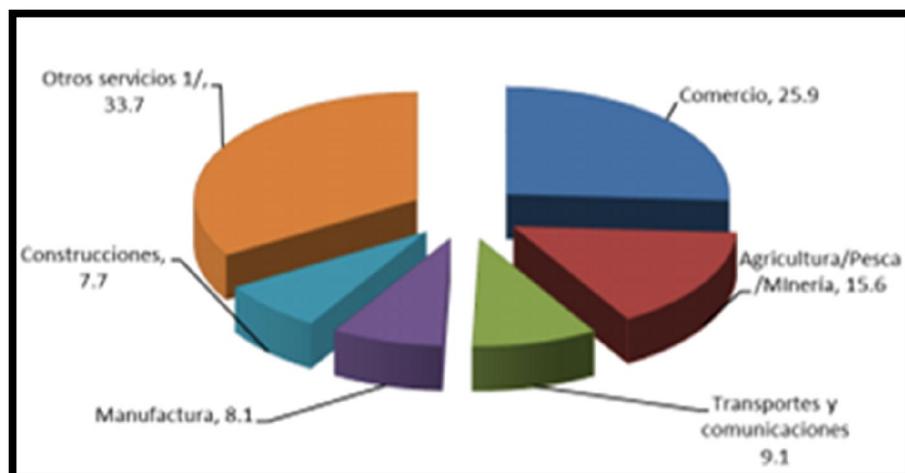
GRÁFICO N° 1: PBI DE TACNA POR SECTORES, 2013



Fuente: INEI. Encuesta Nacional de Hogares 2013

Dentro de la PEA (Población Económica Activa) ocupada en la región de Tacna, se aprecia un desarrollo de actividades económicas que se concentran principalmente, en el sector de servicios un 33.7% (hoteles y restaurantes, sector público, salud, venta de comida ambulatorio, educación, etc.). Dentro del sector comercio un 25.9%. Dejando entre ver que los servicios, básicamente turísticos y el comercio ocupan el 62.3% de la PEA ocupada tacneña. Teniendo este sector un grado de importancia tan grande como el comercio en Tacna dentro del movimiento de su economía. Ya que no solo se generan puesto de trabajo, sino que también se genera cadenas internas y externas que involucra desde a instituciones del gobierno y asociaciones.

**GRÁFICO N° 2 PEA OCUPADA POR RAMA DE ACTIVIDADES, TACNA 2013
(Porcentaje del total de la PEA ocupada)**



Fuente: INEI, Encuesta Nacional de Hogares 2013

Dentro del sector Turismo existen instituciones que realizan estudios de investigación y proyectos, estas son la OGD TUR, AHORA TACNA, DIRCETUR y PROM PERÚ. Todas estas bajo la supervisión de MINCETUR en cuanto a promoción del turismo trata.

La presente investigación se justifica por las siguientes razones:

- Relevancia Científica; por que los resultados de la investigación están orientados a contribuir con nuevos conocimientos en el campo empresarial del sector de la exportación de servicios como una alternativa que genera competitividad para una empresa.
- Relevancia Práctica; porque los resultados de la investigación pueden servir para que las empresas puedan incursionar en la exportación de servicios, ganando así beneficios como el saldo a favor del exportador.
- Relevancia Social; porque la exportación de servicios tiene como objetivo brindar una satisfacción adecuada para los turistas extranjeros,

desarrollando una calidad apropiada del hospedaje para el cliente extranjero.

- Relevancia Comercial: porque con los resultados se puede desarrollar una alternativa comercial para empresas y/o entidades, con el cual se puede desarrollar o repotenciar el rubro de las Exportación de Servicios de cualquier denominación y generando modelos de negocio innovadores en la región de Tacna.

El presente estudio es importante, porque está orientado a investigar sobre la relación del desarrollo de la exportación de servicios y la calidad de alojamiento turístico, generando el saldo a favor del Exportador, así mismo se garantiza la competitividad de la empresa, con un servicio de calidad percibido por el cliente extranjero.

Es un tema novedoso que se proyecta a evaluar el desarrollo de las exportaciones de servicios en las empresas privadas dedicadas al turismo, que es uno de los sectores, donde la Región de Tacna, más sobresale.

ALCANCES Y LIMITACIONES

Alcances

El presente estudio explorará la Empresa Privada de Servicios de hospedaje, “LA POSADA DE TACNA”, se abarcará únicamente a los turistas extranjeros que adquieran el servicio del mismo, en Tacna.

La trascendencia de esta investigación radica en brindar conocimientos sobre la relación que existe entre la Exportación de Servicios y la Calidad de Alojamiento Turístico, los cuales generan una percepción de satisfacción por parte de los turistas extranjeros, haciendo de la empresa, una entidad más competitiva.

Limitaciones

La implementación y desarrollo de la investigación puede tener las siguientes limitaciones:

-En lo relacionado a la viabilidad se asume que los principales actores comprometidos en la empresa tienen algunas limitaciones para brindar información de su campo de acción.

-Información condicionada al estado emocional de los clientes extranjeros en el Hospedaje La Posada de Tacna.

CAPITULO I MARCO TEÓRICO

1.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.1. A nivel internacional

Genilson Valotto Patuzzo (2010), desarrollo una tesis doctoral de la Universidad de Alcalá-España, denominada: "El Comercio Internacional de Servicios en Brasil: Una visión sobre la Liberación en el Gats y sus Implicaciones", la investigación concluye que la liberalización de los servicios en las negociaciones multilaterales (GATS) pueden ser favorables o perjudiciales a Brasil. Los servicios en Brasil siempre presentaron saldos negativos en la balanza de pagos y con la mayor apertura de este sector las implicaciones pueden ser favorables o no. Para esto llevamos en consideración algunas variables como la internacionalización, liberalización y los métodos de valoración.

Ana María Sánchez Hoyos, (2008), desarrolló un Trabajo de Grado de la Universidad La Gran Colombia, como requisito para optar el título de Especialista en Gestión de la Calidad y Normalización Técnica, denominada: "Determinación del nivel de satisfacción de los clientes del Hotel Bolívar Plaza de la ciudad de armenia" en esta investigación se concluye que las expectativas del cliente condicionan la calidad esperada, un aumento en la satisfacción de los servicios produce una menor sensibilidad en los precios, si un huésped aprecia que está pagando más por un servicio pero del mismo modo ve que el servicio es de mayor calidad, el hecho de estar pagando un alto precio se diluye momentáneamente. Los procesos de medición de satisfacción y tratamiento de las quejas detectan áreas de mejora que

debidamente gestionadas, contribuyen a conseguir cada vez más la fidelidad de los clientes.

Carlos Guillermo Benavides (2012), desarrollo una tesis de la Universidad de Málaga , denominada: “ Calidad y productividad en el sector hotelero andaluz tesis doctoral ” Esta investigación concluye que el concepto tradicional y generalmente aceptado de productividad no es directamente aplicable a las actividades de servicios, dadas las dificultades de definición y medición que entrañan las características distintivas de los servicios. La actividad hotelera es un tipo de servicio caracterizado por una elevada presencia de dichos rasgos distintivos, por lo que requiere un cambio de enfoque. Para definir un nuevo concepto de productividad adecuado al sector servicios es necesario reconocer la excepcionalidad de inputs y outputs, teniendo en cuenta la importancia de la interacción con el cliente y las dificultades para definirlos y medirlos, derivadas de las características de los servicios.

Spitaleri, Dania Elina (2010), desarrollo una tesis de la Universidad de Aconcagua-Chile de la Facultad de Ciencias Sociales y Administrativas, denominada: “Comercialización Internacional de servicios profesionales, exportación de software a medida a Estados Unidos” Esta investigación concluye que las potencialidades de exportar a los Estados Unidos, un servicio informático, el cual se comercializa con éxito siendo el principal importador del mismo es un modelo de negocio positivo. El plan para la operatoria de exportación considera que la mejor forma de envío es vía Internet debido a que a través de esta vía se proporciona soluciones rápidas y de satisfacción inmediata para el cliente. Los resultados económicos y financieros del proyecto muestran la conveniencia de realizar el proyecto obteniendo una

importante tasa interna de retorno, aunque el mercado cuenta con bajas barreras de acceso lo que proporciona alta nivel de riesgo.

1.1.2. A nivel nacional

Jeymerd Lelis Bello Alfaro (2012), desarrollo la tesis de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos de la Facultad de Ciencias Económicas, denominado “Estudio sobre el impacto de las exportaciones de servicios en el crecimiento económico del Perú durante los años 1970 – 2010”. El presente trabajo contiene el resultado de la evaluación sobre el impacto del incremento de las exportaciones en el crecimiento económico del Perú en el periodo 1970 – 2010, cuyo objetivo es mostrar bajo qué modelo de desarrollo el Perú ha tenido mayores logros; El presente trabajo fue realizado entre octubre del 2011 y junio del 2012, con el propósito de contribuir al conocimiento sobre los beneficios de la Política Exportadora del Estado en el crecimiento económico del Perú; y que del presente estudio se deriven recomendaciones y propuestas para optimizar la Política Exportadora para un mayor impacto en el desarrollo del país.

Braulio Oliveira (2011), desarrollo una revista Científica de la universidad de San Martin de Porres, denominada: “Determinantes de la satisfacción del turista. Un estudio en la ciudad de Guarujá-Brasil”. En esta investigación se concluye que la atracción y el mantenimiento de un flujo específico de turistas hacia un destino dependen fuertemente de la satisfacción que se les dé. Además de la revisión bibliográfica del tema "satisfacción", se realizó un estudio de campo en dos etapas: la primera, de carácter exploratorio, se propuso relevar factores importantes para la determinación de la satisfacción; y la segunda, de carácter descriptivo-conclusivo, intentó definir cuáles de los factores relevados en la primera etapa contribuyen más a discriminar la satisfacción. De los cinco factores considerados, dos (acceso y

atractivos naturales) se presentaron como los más discriminatorios. Se espera contribuir al debate sobre el tema en cuestión, con el objetivo de desarrollar el conocimiento y la práctica de la gestión del turismo. La muestra no-probabilística es la principal limitación de este estudio.

Javier Armando Arrincon Quiroz (2005), desarrollo una tesis de la universidad San Martín de Porres, denominada: "Estrategias y ventajas competitivas para el desarrollo de las PYMES agroindustriales del Perú". En esta investigación se concluye que la agroindustria que se va a formalizar la relación de productor con ella misma obteniendo una producción normalizada con estándares de calidad internacional, mediante un mecanismo de siembra por contrato, logrando asegurar mercados internacionales con una mejor organización, economías de escala, mejor manejo de insumos, acceso al crédito, tecnología, en definitiva es la agroindustria el único vehículo que puede internacionalizarse la producción del pequeño agricultor con un efecto retroalimentador hacia el campo.

1.2. BASE TEÓRICA

1.2.1. TEORÍA DE EXPORTACIÓN DE SERVICIOS

1.2.1.1. Definición

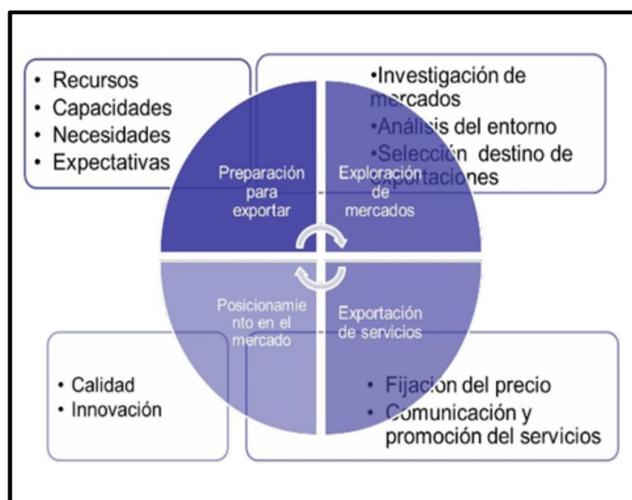
La Exportación de Servicios es un procedimiento con propósitos comerciales, donde el servicio es ofrecido para personas extranjeras y este a su vez realiza un pago por el servicio recibido.

Todo servicio para internacionalizarse necesita de una preparación interna, donde sea necesario la exploración y posicionamiento del mercado para el buen flujo del mismo

Alvaro Hernán Cifuentes (2011) menciona que:

“Para el proceso de internacionalización de un servicio, la empresa primeramente debe de realizar una preparación para exportar, donde se analice recursos, capacidades, necesidades y expectativas. Eso conlleva a una exploración del mercado, que se desenvuelve como una exportación de servicios, con el tiempo llevara al posicionamiento en el mercado internacional”.

GRAFICO N° 3 PROCESO DE LA INTERNACIONALIZACIÓN



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá - Trámites para Exportación e Importación de Servicios de Febrero del 2011.

Cabe resaltar que la Calidad y la Innovación son aspectos consecuentes del proceso de internacionalización

1.2.1.2. Características

En la presente investigación se dividirá en cuatro aspectos, el documento de identidad, hospedaje y alimentación, comprobante de pago, consumo en y la clasificación y categorización.

Estos diferentes aspectos son importantes porque con estas características se desarrolla la exportación de servicio, el cual está desarrollada en la Ley de Fomento de Comercio Exterior de Servicios (Ley 29646), así mismo se desarrolla en el artículo N° 33 de la Ley del IGV y en el Apéndice V del mismo, los 4 aspectos son los siguientes:

-Documento de identidad:

Para el desarrollo de la exportación del servicio, se necesita asegurar la nacionalidad extranjera, por lo tanto se necesita el uso del pasaporte, salvoconducto o documento nacional de identidad extranjera, los turistas extranjeros al ser recepcionados a través del Libro del Registro de Turista, que todo Hospedaje tiene.

-Hospedaje y Alimentación

El hospedaje, incluye alimentación, se constituye práctica normal en los establecimientos de hospedaje brindar el servicio de alojamiento incluyendo la alimentación, en el comedor del establecimiento, los servicios de hospedaje y alimentación prestados en el Perú son servicios de ejecución inmediata que califican como exportación: los turistas extranjeros reciben el servicio de hospedaje incluyendo alimentación.

-Comprobante de pago monto pagado y consignado

Los turistas extranjeros, al culminar el servicio de hospedaje, reciben el comprobante de pago.

En lo relativo a los comprobantes de pago, el Área de Recepción del servicio es quien toma la iniciativa para brindar un comprobante de pago, estos son necesarios también para corroborar el Beneficio del saldo a Favor de la Exportación.

-Clasificación y categorización

La clasificación y categorización del servicio de hospedaje, siguen un procedimiento administrativo y reglamentarios ante el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo a través de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, con este proceso se ostenta la clase y categoría, solo serán acogidos al presente beneficio tributario si están legalmente constituidos en la institución en la cual pertenecen (Mincetur).

Juan Pablo Ramírez Galvis (2016) menciona que:

“Una exportación de servicios se realiza cuando el pago del mismo es efectuado por un residente en el extranjero, con independencia del lugar en el que se produce, en la práctica, la prestación del servicio, donde no se cobra arancel y no aplica los incoterms”.

Así mismo La Ley N°29646 del Fomento de Comercio Exterior de Servicios, se establece que:

“El artículo N° 33 de la Ley del IGV y en el Apéndice V del mismo, como también en el Decreto Legislativo 1116, 1119 y 1125, establece como características de la Exportación de Servicios, el documento de identidad, hospedaje y alimentación, comprobante de pago,

clasificación y categorización, todos ellos en territorio Nacional.

1.2.1.3. Modalidades de la exportación de servicios

Las exportaciones de servicios son llevadas bajo condiciones específicas, dependiendo al servicio que se desarrolle, relacionada al territorio donde es consumido el servicio y la cercanía entre el proveedor y el consumidor.

Pablo Andrés Peruzzotti (2008) señala que:

“Las exportaciones pueden ser relacionadas a cualquier servicio brindado a clientes extranjeros, sea dentro o fuera del territorio nacional”.

De igual modo, Mario Mochetti (2005) menciona que:

“Las modalidades de prestación de servicios son importantes, pues muestran las características que diferencian los bienes de los servicios y cómo se comercializan los mismos a nivel internacional, en las transacciones de servicios, es necesario tener en cuenta: el tiempo, el lugar de consumo y la proximidad entre el proveedor de servicios y el consumidor”.

La Exportación de Servicio se desarrolla según la Organización Mundial del Comercio en 4 modalidades, las cuales son acopiadas en el marco legal del Perú.

La Organización Mundial del Comercio (2011) establece que las 4 modalidades son las siguientes:

Modalidad 1: Comercio Transfronterizo

También llamado Suministro Transfronterizo, es el servicios que se ofrece desde el territorio del proveedor hacia el territorio del consumidor.

GRAFICO N° 4: MODALIDAD: SUMINISTRO TRANSFRONTERIZO



Fuente: Organización Mundial del Comercio – 2011

Modalidad 2: Consumo en el Extranjero

Es cuando el consumidor del servicio se desplaza y lo adquiere en el territorio del proveedor

GRAFICO N° 5: MODALIDAD: CONSUMO EN EL EXTRANJERO

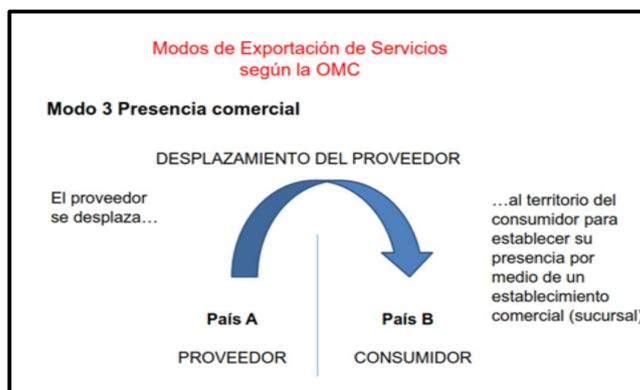


Fuente: Organización Mundial del Comercio – 2011

Modalidad 3: Presencia Comercial

Cuando el proveedor del servicio establece sucursales permanentes en el territorio de otro país para prestar un servicio

GRAFICO N° 6: MODALIDAD: PRESENCIA COMERCIAL



Fuente: Organización Mundial del Comercio – 2011

Modalidad 4: Presencia de personas físicas

Desplazamiento de personas de un país a otro para prestar un servicio.

GRAFICO N° 7: MODALIDAD: PRESENCIA DE PERSONAS FÍSICAS



Fuente: Organización Mundial del Comercio – 2011

1.2.1.4. Clasificación según la organización mundial del comercio:

La Clasificación Tradicionalmente de la Exportación de Servicios se ha ido desarrollando con el paso del tiempo, ya no solo se limita al uso transportes internacionales, telecomunicaciones o servicios financieros.

Según la Organización Mundial del Comercio (2010) sostiene que los servicios se clasifican en 13 secciones, las cuales se verán a continuación:

-Servicios Comerciales: comprenden los servicios profesionales, los relacionados con las tecnologías de la información, de la investigación y del desarrollo.

-Servicios de Telecomunicaciones: se entiende por telecomunicaciones a la transmisión y recepción de señales por cualquier medio electromagnético.

-Servicios de Construcción: se pueden agrupar en esta clasificación las obras de ingeniería diseñadas por empresas nacionales llevadas a cabo en el extranjero.

-Servicios de Distribución y Transporte: son los servicios que prestan las empresas encargadas de retirar mercadería de las bodegas de una fábrica, adelantar los trámites de exportación en la aduana, colocar el producto en el medio de transporte seleccionado y luego hacerse cargo de su llegada al país de importación y nacionalizarlo.

-Servicios de Educación: son aquellos que brinda una institución educativa a estudiantes extranjeros.

-Servicios Ambientales: se incluyen dentro de esta categoría los servicios de eliminación de desperdicios, los servicios de saneamiento y otros similares.

-Servicios Financieros: están comprendidos por el sistema bancario, por los seguros y por todos los

-Servicios Relacionados con el movimiento de valores: Los relacionados a las sucursales.

-Servicios relacionados con la salud: esta categoría incluye los servicios de salud provistos por profesionales del área como médicos, dentistas, veterinarios, parteras, enfermeras, fisioterapeutas y personal paramédico, así como también los servicios de hospital y los demás servicios que se prestan a la salud humana.

-Servicios relacionados con el Turismo y los Viajes: este sector está dividido en cuatro subsectores: hoteles y restaurantes, agencias de viajes y organizaciones de viaje en grupo, guías turísticos y otros.

-Servicios recreativos, culturales y deportivos: estos servicios comprenden a todas las actividades recreativas, culturales y deportivas que se presentan en el exterior.

-Servicios de diseño, imagen, publicidad, producción de TV, cine.

-Otros servicios no incluidos en otras categorías como los servicios de suministro de energía o de agua.

1.2.1.5. La exportación de servicios a través de hospedajes.

La exportación de Servicios se desarrolla bajo las directrices de la normativa del IGV.

Daniel Arana Yancés (2011) establece que:

“Según el Decreto Legislativo N° 919, se incorporó en el artículo 33° del IGV, como servicio calificado como exportación, a la prestación en el Perú de servicios de hospedaje incluida la alimentación a sujetos no domiciliados, en forma individual o a través de paquetes”.

Para que la exportación de servicios y el saldo a favor se desarrollen, se necesita el monto del impuesto consignado en los Comprobantes de pago que brinda el Alojamiento Turístico.

Así mismo el autor Daniel Arana Yancés (2011) sostiene que:

“Según el art. 34° del Decreto Legislativo establece que constituye un saldo a favor del exportador el monto del

impuesto que hubiere sido consignado en los Comprobantes de Pago correspondientes a las adquisiciones de servicios, se considera como servicio de ejecución inmediata a aquel que se consume al término de su prestación en el país, siendo entonces manifiesto que el consumo, como capacidad contributiva gravada, se registra en territorio nacional”.

1.2.1.6. Registro especial para establecimientos de hospedaje.

El Registro especial de establecimientos de hospedaje en el caso de sujetos no domiciliados debe estar inscrito en la Sunat y autorizado por la misma para gozar de los Beneficios de la Exportación de Servicios en Alojamientos Turísticos.

SUNAT, Registro Especial para Establecimientos de Hospedaje (2016) establece que:

“Los Contribuyentes que cuenten con uno o más establecimientos de hospedaje ubicados en el territorio nacional deberán inscribir los mismos, a efectos de gozar del beneficio de saldo a favor del exportador por los servicios de hospedaje y alimentación que brinden a sujetos no domiciliados”.

1.2.1.7. Requisitos para la inscripción de la exportación de servicios de hospedaje

Según la SUNAT-Requisitos mínimos del Detalle de Consumo Turístico (2016) establece que para efectos de la inscripción de los sujetos beneficiarios, estos deberán contar con ciertos requisitos tales como:

-El contribuyente titular del (los) establecimiento (s) deberá tener la condición de “RUC Activo” y encontrarse afecto al Impuesto General a las Ventas (emitir facturas),

aun cuando goce de alguna exoneración específica respecto de dicho tributo.

-El establecimiento deberá haber sido declarado como domicilio fiscal o establecimiento anexo en el RUC.

-Presentar copia de la Licencia de Funcionamiento o de la Licencia de Apertura del establecimiento según corresponda, donde figure como actividad la de servicios de hospedaje, por cada establecimiento de hospedaje a inscribirse, debiendo exhibirse el documento original.

-Licencia otorgada de la categorización brindada por la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo.

-Los establecimientos de hospedaje emitirán Comprobantes de pago a los sujetos no domiciliados y a las Agencias de Viajes y Turismo.

-Servicio de hospedaje: El servicio de alimentación prestado dentro del establecimiento de hospedaje al sujeto no domiciliado alojado en dicho establecimiento,

-En lo relativo al Registro de Huéspedes extranjeros, los contribuyentes titulares de establecimientos de hospedaje deben llevar un Registro de Huéspedes, el mismo que deberá estar firmado por el huésped no domiciliado, y estar a disposición de la SUNAT cuando ésta lo requiera.

-Los Establecimientos de Hospedaje tienen la obligación de inscribirse en el Registro Especial de Establecimientos de Hospedaje. Este, es un registro que la SUNAT lleva, en el cual se inscriben los contribuyentes que cuenten con uno o más establecimientos de hospedaje ubicados en el territorio nacional.

-Una vez realizada la inscripción, la SUNAT expedirá una constancia que contendrá los datos de identificación del

contribuyente que se registra, así como la información correspondiente a los establecimientos de hospedaje declarados.

-El trámite se realizará de manera personal por el deudor tributario o su representante legal; de efectuarse por un tercero, éste deberá exhibir su documento de identidad original y carta poder simple

1.2.1.8. Obligaciones del régimen

La SUNAT a través de las Obligaciones del Régimen de Servicios (2016) establece los siguientes aspectos:

-Determinar la condición de un sujeto como no domiciliado:

El establecimiento de hospedaje pedirá copia del respectivo pasaporte

-Con relación a los comprobantes de pago

El establecimiento de hospedaje, emitirá a los sujetos no domiciliados y a las agencias de viaje y Turismo (en caso opten por un paquete turístico), la factura correspondiente solo al servicio materia de beneficio.

-Registro de Huéspedes:

Los contribuyentes titulares de establecimientos de hospedaje que pretendan acceder al beneficio establecido por Decreto Legislativo N° 919, deberán llevar un Registro de Huéspedes llevado en fichas o libros.

-Sustentación de la prestación de los servicios

El documento Nacional de Identidad del sujeto no domiciliado o de las fojas del pasaporte o del salvoconducto que contenga la identificación del sujeto no domiciliado, con el que haya ingresado al país.

1.2.1.9. Requisitos mínimos del detalle del consumo

Según la Normativa de la SUNAT, los requisitos Mínimos del Detalle del Consumo Turísticos (2016) se basan en requisitos impresos y no impresos, los cuales son:

Información previamente impresa.

-Datos de identificación del establecimiento de hospedaje: Denominación del documento auxiliar: "Detalle de consumo" Apellidos y nombres, o razón o denominación social del contribuyente propietario del establecimiento de hospedaje. Dirección del establecimiento donde este localizado el punto de emisión. Podrá consignarse la totalidad de direcciones de los diversos establecimientos anexos que posee el establecimiento de hospedaje.

-Número de RUC.

-Número correlativo.

Información no necesariamente impresa.

-Cantidad y detalle de los alimentos y bebidas proporcionados o puestos a disposición de los sujetos no domiciliados. En el caso que el establecimiento de hospedaje ofrezca paquetes de alimentos y bebidas tales como, bufés, menús o similares, sólo se precisará la cantidad y denominación de dichos paquetes, en este último caso, el número de paquetes de alimentos y bebidas guardará correspondencia con el número de sujetos no domiciliados que forman parte del paquete turístico.

-Precios totales de los alimentos y bebidas y/o los paquetes de alimentos y bebidas, referidos en el numeral anterior, proporcionados o puestos a disposición de los sujetos no domiciliados

-Importe total y cerrado por cada "detalle de consumo - paquete turístico"

-Fecha de consumo.

-Datos de identificación de la Agencia de Viajes y Turismo a través de la cual se presta el servicio a los sujetos no domiciliados: Apellidos y nombres, o denominación social del contribuyente propietario de la Agencia de Viajes y Turismo; y Número de RUC.

1.2.1.10. Saldo a favor del exportador

El Saldo a Favor del Exportador es un beneficio tributario que también se puede desarrollar en establecimientos de hospedaje.

La devolución del saldo a favor tendrá como límite el 18 % aplicado sobre los ingresos obtenidos por la prestación de los servicios de hospedaje brindados a los turistas extranjeros.

La Ley N° 29646, Ley de Fomento al Comercio Exterior de Servicio establece que:

"El monto del impuesto que hubiere sido consignado en los comprobantes de pago correspondientes a las adquisiciones de servicios, dará derecho a un saldo a favor del exportador conforme lo disponga el reglamento. A fin de establecer dicho saldo serán de aplicación las disposiciones referidas al crédito fiscal. El monto del reintegro tributario solicitado no podrá ser superior a un porcentaje equivalente a la tasa vigente del Impuesto

General a las Ventas aplicado sobre el valor de los citados servicios prestados en el exterior no gravados, por el período que se solicita devolución. El monto que exceda dicho límite constituirá un saldo por reintegro tributario que se incluirá en las solicitudes siguientes hasta su agotamiento.”

El Artículo 34° ha incorporado por el artículo 7° de la Ley N° 29646, Ley de Fomento al Comercio Exterior de Servicio, publicada 2011 lo siguiente:

“El reintegro tributario se podrá efectuar mediante cheques no negociables, notas de crédito negociables, o abono en cuenta corriente o de ahorros, según lo dispuesto por la Administración Tributaria”

1.2.2. TEORÍA DE LA CALIDAD DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO

1.2.2.1. Definición

La calidad se refiere a la capacidad que posee un objeto para satisfacer necesidades de los clientes según ciertos aspectos, que varían dependiendo a la información que se desee obtener.

Según Grönroos (1988) sostiene que:

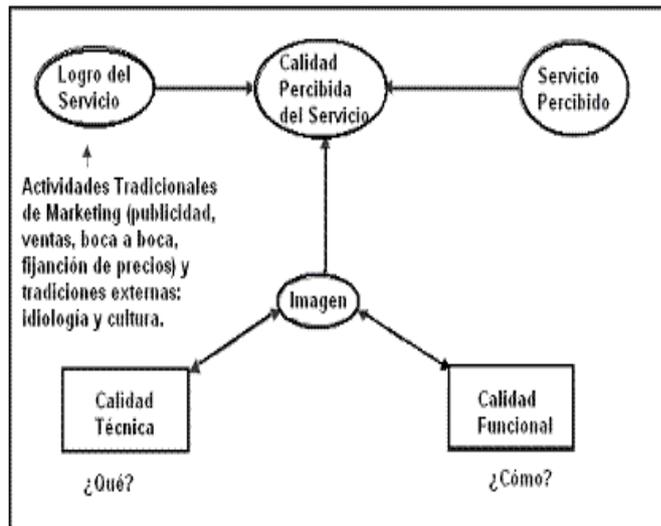
“La Calidad es el aseguramiento de un resultado satisfactorio procedente de una actividad, en la interfaz entre el proveedor y el cliente, siendo el servicio generalmente intangible”.

Indica que la calidad total percibida se produce cuando la calidad experimentada satisface la calidad esperada; o cuando lo recibido y lo experimentado se corresponde con las expectativas generadas alrededor del servicio en cuestión.

Duque (2005) sostiene que:

“La calidad del servicio es percibida a través de las experiencias evaluadas a través diferentes aspectos de la calidad. Paralelamente conecta las experiencias con las actividades del marketing tradicional esbozando la calidad”.

GRAFICO N° 8: CALIDAD PERCIBIDA DE SERVICIO



Fuente: Aproximación teórica de los modelos conceptuales de la calidad del servicio de Oscar A. Colmenares D

Las expectativas o calidad esperada, según Grönroos, son función de factores como la comunicación de marketing, recomendaciones, la experiencia de calidad es influida por la imagen corporativa y a su vez por otros dos componentes distintos: la calidad funcional (el desarrollo y funcionamiento del servicio) y la calidad técnica (lo que es el servicios).

La calidad percibida del servicio es una fuente de información útil para el desarrollo del buen funcionamiento del hospedaje, esta información debe

ser desarrollada y analizada bajo aspectos que la empresa necesite conocer a profundidad.

1.2.2.2. Características

La Calidad de Servicios se basa en el análisis de las expectativas (imagen) y las percepciones del turista extranjero en relación al servicio que percibe realmente, para ello es necesario el uso del Modelo SERVQUAL, mediante este modelo se puede analizar el buen desarrollo de indicadores que permitan hacer operativa la medición de cada uno de los aspectos que el hospedaje brinda.

El Modelo SERVQUAL es un instrumento que mide la calidad del servicio a través de diez aspectos, estas son:

“-**Elementos tangibles:** Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

-**Fiabilidad:** Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.

-**Capacidad de respuesta:** Disposición para ayudar a los clientes, y para proveerlos de un servicio rápido.

-**Profesionalidad:** Posesión de las destrezas requeridas y conocimiento del proceso de prestación del servicio.

-**Cortesía:** Atención, consideración, respeto y amabilidad del personal de contacto.

-**Credibilidad:** Veracidad, creencia, y honestidad en el servicio que se provee.

-**Seguridad:** Inexistencia de peligros, riesgos o dudas.

-**Accesibilidad:** Lo accesible y fácil de contactar.

-Comunicación: Mantener a los clientes informados, utilizando un lenguaje que puedan entender, así como escucharles.

-Compresión del cliente. Hacer el esfuerzo de conocer a los clientes y sus necesidades.”

1.2.2.3. El Modelo SERVQUAL en hoteles:

La escala de SERVQUAL relaciona la percepción del consumidor y las expectativas respecto a la calidad del servicio que se brinda a través de diversos factores, los cuales varían dependiendo al servicio que se desee analizar.

El Modelo SERVQUAL es ampliamente utilizado dentro del sector de servicios para entender las metas de servicio brindado a los clientes de acuerdo con sus necesidades

Parasuraman y Berry (1991) establecen que:

“El Modelo SERVQUAL se aplica para entender las opiniones de los clientes respecto de la calidad del servicio. Con el objetivo de lograr la mejoría del servicio, y proporciona información detallada de relacionada a las Opiniones del cliente sobre el servicio que se brinda, se comprende también los Niveles de desempeño según lo percibido por los clientes, se tiene en consideración los Comentarios y sugerencias del cliente, donde también es importante las Impresiones de empleados con respecto a la expectativa y nivel de satisfacción de los clientes.”

Según Ana María Sánchez Hoyos (2008) señala que:
El desarrollo del Modelo Calidad de Servicio se desarrolla en el ámbito hotelero de la siguiente manera:

-Elemento tangible: Consiste en la Apariencia del Hotel (aparición de las habitaciones, baños de las habitaciones, limpieza de baños y habitaciones, Iluminación, comodidad de las camas, precio de la habitación, accesorios de higiene, extensión de la habitación), Personal (trato, capacitación, vestido, tiempo de respuesta ante solicitudes) y Medios de comunicación.

-Fiabilidad: Es la habilidad para ejecutar los servicios prometidos de forma adecuada, confiable y cuidadosa (respuesta para dar una información solicitada en el hotel, las sugerencias se tomaron en cuenta, los tiempos de respuesta ante la solicitud de un servicio a la habitación y cumplimiento de los servicios prometidos.)

-Capacidad de respuesta: Es la Respuesta a solicitudes, atención telefónica, conexión de internet WiFi.

-Profesionalidad: Es la Posesión de las destrezas requeridas relacionado al manejo de los procesos de servicio, Información de los servicios del hotel, Información de lugares turísticos de la Región y direcciones, de igual modo en el conocimiento de las formas de pago.

-Cortesía Atención: Se basa en la consideración, el respeto, la amabilidad (amabilidad del recepcionista, amabilidad de las camareras, amabilidad de los meseros, amabilidad en la respuesta telefónica, respeto en el trato)

-Credibilidad: Imagen y Reputación del Hotel.

-Seguridad: Consiste en la ubicación de las señales de emergencia y de evacuación, se analiza el respeto por los objetos personales y existe una seguridad del hotel contra calamidades.

-Accesibilidad: Consiste en interactuar con el personal del hotel, relacionado también al acceso a todos los servicios adicionales que se pueda ofrecer.

-Comunicación: Agilidad en la entrega de la información de cualquier ámbito de pertinencia de los huéspedes.

-Comprensión al cliente: Es la Atención prestada a las sugerencias, donde existe un reconocimiento como cliente del hotel, en este aspecto se desarrolla la empatía.

1.2.2.4. Calidad de los servicios en Alojamientos Turísticos

La calidad de los servicios de Alojamiento turísticos se relaciona a los cambios que se vienen desarrollando en una región, transformándose en un factor competitivo para las empresas y propiciando que se utilicen instrumentos que permitan asegurar la calidad, lo que solo se puede obtener en forma estable y continua a través de un buen proceso de gestión.

La ventaja competitiva estable en el área de alojamiento de las empresas hoteleras, proviene de las siguientes fuentes:

- Buen desarrollo de la Calidad
- Buen manejo de Información.
- Estructura útil para cumplir los objetivos.
- Recursos Humanos.

Maithé Del Toro Soto (2011) sostiene:

“La calidad en sentido general se ha convertido en la estrategia principal para las empresas turísticas, un elemento diferenciador dentro del agudo ambiente competitivo que predomina en el sector. El sector

turístico está inmerso en la calidad como uno de sus elementos más preciados tanto por los turistas como por las organizaciones turísticas, así mismo es importante el desarrollo de una sólida Gestión de la Información, una ordenada estructura organizativa y una adecuada formación de los Recursos Humanos”.

1.2.2.5. La calidad y la competitividad

La Competitividad se desarrolla y vincula con la calidad del servicio y del nivel de precios.

En el esquema de las cinco fuerzas de Michael Porter (1980) se aprecia cómo influye el poder de la negociación de los Compradores para adquirir un servicio donde se tenga en consideración la calidad que se brinda. Cuando existen varios proveedores, los clientes aumentarán su capacidad de negociación ya que tienen más alternativas de cambiar de proveedor de mayor y mejor calidad.

La Amenaza de servicios sustitutos también compromete el Nivel percibido de diferenciación del servicio que se brinda, en ese sentido se analiza la Disponibilidad de los sustitutos cercanos y la de Suficientes proveedores.

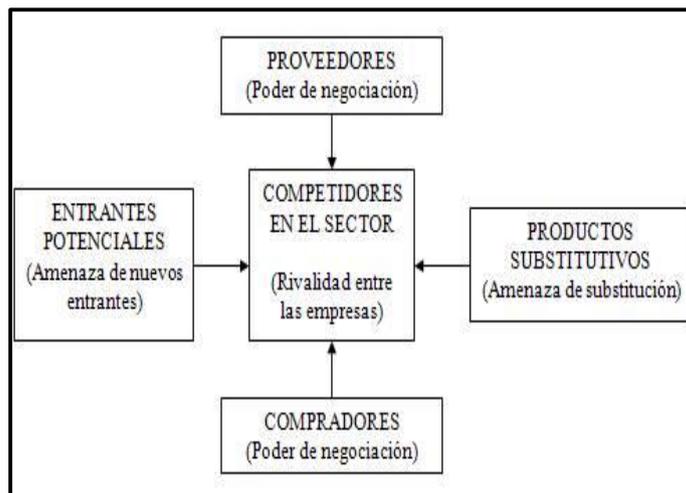
El Nivel de la Calidad de un Servicio hace a una empresa más competitiva, generando así la Rivalidad entre los competidores.

Michael Porter (1980) sostiene que:

“Más que una fuerza, la rivalidad entre los competidores viene a ser el resultado de las cuatro fuerzas anteriores (Compradores, proveedores,

.entrantes potenciales, productos sustitutos) La rivalidad define la rentabilidad de un sector: mientras menos competidores se encuentren en un sector, normalmente será más rentable y viceversa”.

GRAFICO N° 9: LAS CINCO FUERZAS DE MICHAEL PORTER



Fuente: Libro Ser Competitivo Michael E. Porter.(1980)

1.2.2.6. Atracción y Mantenimiento del servicio para turistas extranjeros.

La atracción y el mantenimiento de un flujo de turistas extranjeros hacia un destino dependen de la calidad que puedan percibir a través de la exportación del servicio de hospedaje.

Meng, Tepanon y Uysal, (2008) sostienen que:

“La cordialidad y la calidad de los servicios son determinantes para la satisfacción general, de igual modo la

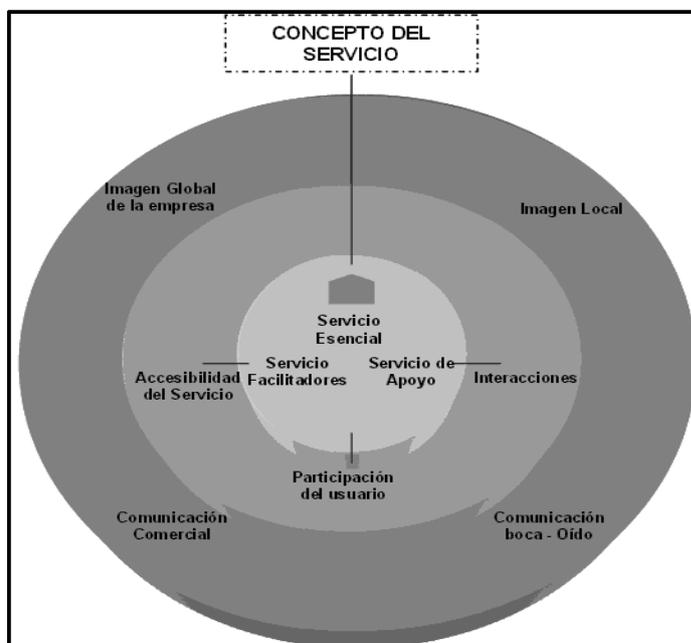
alimentación y la ubicación son importantes para la evaluación de la satisfacción”.

El aumento de turistas extranjeros tiene relación con la satisfacción que el turista recibe en el momento de percibir un servicio, como lo es el servicio de hospedaje, contribuyendo así a la exportación de servicio. La satisfacción de los turistas extranjero genera estabilidad, como consecuencia se ve beneficiado los hospedajes, por lo tanto genera también estabilidad en la exportación de servicio a través del hospedaje.

Alegre & Cladera, (2009) sostiene que:

“La repetición de las visitas genera cierta estabilidad en el destino y contribuye a que surjan impresiones positivas sobre la localidad, reduciendo la necesidad de inversiones en la atracción de turistas”.

GRAFICO N° 10: CONCEPTO DE SERVICIO DEL MODELO DE GRÖNROOS



Fuente: Modelo de Grönroos (1994)

Grönroos (1994) sostiene que:

“El punto principal de este modelo está constituido por el concepto de servicio. Éste constituye las intenciones básicas de la organización que lo presta, es la base sobre la que se apoya el diseño y desarrollo de la oferta en sí. Cuando centramos la atención en el desarrollo del paquete básico de servicios, encontramos tres tipos de servicio. El primero es el servicio esencial que se refiere y representa la razón de ser de la organización que lo presta. El segundo se refiere a los servicios que facilitan el uso del servicio esencial. Mientras que los terceros, los servicios de apoyo, son de carácter auxiliar y su principal utilidad se hace patente a la hora de aumentar el valor y diferenciar el servicio de los principales competidores que actúan en el mismo mercado.”

Una imagen adecuada de la empresa fortalece la calidad de servicio, mientras que una inadecuada la deteriora. Es necesario mencionar que a partir de este modelo se establece que el desarrollo del marketing influye tanto en las expectativas, pero también ejercen un efecto directo sobre las percepciones de ejecución del servicio que se brinda.

1.3. DEFINICIONES DE TÉRMINOS BÁSICOS

1.3.1 Competitividad

Es la capacidad de una industria o empresa para brindar bienes tangibles o intangibles con patrones de calidad específicos, utilizando más eficientemente recursos que otras empresas o industrias semejantes, durante un cierto período de tiempo (Haguenauer, 1990).

1.3.2 Calidad:

La Calidad consiste en la discrepancia entre los deseos de los usuarios acerca del servicios y la percepción del servicios recibido (Parasuraman, 1988)

1.3.3 Exportación de Servicios

La exportación de servicios es cuando una persona residente en el extranjero hace un pago por un servicio recibido con independencia del lugar que se produce. (Pablo Andrés Peruzzotti, 2008).

1.3.4 Ventajas comparativas

Es la capacidad de una empresa para producir un bien tangible o intangible utilizando relativamente menos recursos que otro. (Pablo Andrés Peruzzotti, 2008)

1.3.5 Modalidad Consumo en el Extranjero

Es una modalidad de Exportación de Servicios que se desarrolla cuando el consumidor del servicio se desplaza y lo adquiere en el territorio del proveedor. (Mario Mochetti, 2005)

1.3.6 Saldo a Favor del Exportador

Es un mecanismo promotor de las exportaciones, este mecanismo tributario busca compensar o devolver al exportador, el Crédito fiscal del IGV. (Daniel Arana Yancés, 2011)

1.3.7 Servicio

Son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y son esencialmente intangibles (Richard L. Sandhusen, 2008)

1.3.8 Clientes

Es el activo más valioso de una compañía, los cuales están dispuestas a pagar cierta cantidad de dinero por adquirir productos o servicios que satisfagan sus necesidades (Duque, 2005)

1.3.9 Establecimiento de hospedaje

Es el lugar destinado a prestar habitualmente servicio de alojamiento no permanente con la posibilidad de incluir otros servicios complementarios, que cuente con el certificado de clasificación y/o categorización al que alude. (Bitner, 1990)

1.3.10 Imagen Corporativa

Es un término holístico que incluye tres perspectivas interrelacionadas: la autoimagen, la imagen proyectada y la imagen percibida de la organización. (Christie, 2002)

1.3.11 Internacionalizaciones

Es aquel conjunto de operaciones que facilitan el establecimiento de vínculos más o menos estables entre la empresa y los mercados internacionales, a lo largo de un proceso de creciente implicación y proyección internacional (Rialp, 1999).

1.3.12 Presencia comercial

El proveedor del servicio establece sucursales permanentes en el territorio de otro país para prestar un servicio. (Organización Mundial de Comercio, 2011)

1.3.13 Comercio transfronterizo

Servicio que se presta desde el territorio del proveedor hacia el territorio del consumidor. (Organización Mundial de Comercio, 2011)

1.3.14 Consumo en el extranjero

Cuando el consumidor del servicio se desplaza y lo adquiere en el territorio del proveedor. (Organización Mundial de Comercio, 2011)

1.3.15 Estrategias

Es el proceso a través del cual una organización formula objetivos, y está dirigido a la obtención de los mismos. Estrategia es el medio, la vía, es el cómo para la obtención de los objetivos de la organización. (K. J. Halten, 1987)

1.3.16 Diferenciación

Es una estrategia que tiene el objetivo de satisfacer un mercado amplio o reducido, creando para ello un producto bien diferenciado o imponiéndole luego un precio más alto que el promedio. (Michael Porter, 2009)

1.3.17 Lugar de inscripción

La inscripción y cualquier trámite relacionado con el registro se efectuarán ante la intendencia, oficina zonal o centros de servicios al contribuyente de SUNAT que corresponda al domicilio fiscal del contribuyente. (SUNAT, 2015).

1.3.18 Mercadotecnia

Es una disciplina basada en un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar bienes tangibles o intangibles de valor con sus semejantes. (Philip Kotler, 2015)

1.4. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

1.4.1. HIPÓTESIS GENERAL

La Exportación de Servicios tiene una relación directamente proporcional con la Calidad de Alojamiento Turístico del Hospedaje La Posada de Tacna

1.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- a) El nivel de la Exportación de Servicios del Hospedaje La Posada de Tacna es Alto
- b) El nivel de la Calidad de Alojamiento Turístico del Hospedaje La Posada de Tacna es Alto.

1.5. SISTEMA DE VARIABLES

TABLA 1: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

| VARIABLE | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL | INDICADORES | ESCALA DE MEDICION |
|---------------------------------|--|---|---|--------------------|
| Exportación de Servicios | La Exportación de Servicios es un procedimiento comercial donde un servicio es consumido por un cliente extranjero | Es el tráfico legítimo de servicios nacionales para uso o consumo de un cliente extranjero. Una exportación de servicios se realiza cuando el pago del mismo es efectuado por un residente en el extranjero, donde se desarrollan características según la clasificación y categorización del hospedaje. | <ul style="list-style-type: none"> • Documento de identidad • Hospedaje y Alimentación • Comprobante de pago monto pagado y consignado • Clasificación y categorización | Ordinal |

| | | | | |
|---|---|---|---|---------|
| Calidad de Alojamiento Turístico | Hace referencia a la capacidad que posee un hospedaje para satisfacer necesidades implícitas o explícitas según ciertos parámetros. | La calidad de alojamientos turísticos es el proceso de donde se mide la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes los cuales sienten un conjunto de sensaciones, expectativas y experiencias personales; | <ul style="list-style-type: none"> • Elemento tangible • Fiabilidad • Capacidad de respuesta • Profesionalidad • Cortesía y Atención • Credibilidad • Seguridad • Accesibilidad • Comunicación • Comprensión al cliente | Ordinal |
|---|---|---|---|---------|

Elaboración Propia

CAPITULO II METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación presenta un tipo de investigación Aplicada.

2.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación es correlacional. Ya que se determinarán el nivel de desarrollo de ambas variables y se identificará la relación potencial entre las variables Exportación de Servicios y Calidad de Alojamiento Turístico

2.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

En la Investigación se aplicó Método transversal, donde el diseño de investigación que recolecta datos de un solo momento y en un tiempo único. El propósito de este método es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

El Diseño es transversales correlacionales: se encargan de describir relaciones entre dos o más variables en un momento determinado.

Según La naturaleza de los datos:

Metodología cualitativa: Es una investigación que se basa en el análisis subjetivo e individual, esto la hace una investigación interpretativa, referida a lo particular.

Según La orientación:

Investigación orientada a decisiones: No se centra en hacer aportes teóricos, mas bien su objetivo es buscar soluciones a los problemas. La investigación acción forma parte de este tipo de investigación y se vale de algunas metodologías cualitativas.

Según la naturaleza de los objetivos:

Investigación correlacional: Es aquel tipo de estudio que persigue medir el grado de relación existente entre dos o más conceptos o variables.

Según el enfoque:

Método correlacional: No se manipula una variable independiente experimental y se basa en la observación, no obstante se emplea una correlación de Pearson para el análisis de los datos.

Según la naturaleza de la información:

Investigación cualitativa: Es aquella que persigue describir sucesos complejos en su medio natural, con información preferentemente cualitativa. Se suelen emplear en los estudios de las Ciencias Sociales.

Según El lugar:

Investigación de campo: la investigación se centra en hacer el estudio donde el fenómeno se da de manera natural, de este modo se busca conseguir la situación lo más real posible. Se pueden incluir experimentos de campo y la investigación ex post facto empleando metodología cualitativa.

Según la muestra:

Estudio de grupo: Para este estudio se emplean muestras grandes de sujetos, seleccionadas por algún método de selección aleatoria, aunque también puede estudiar muestras de sujetos no aleatorios. Se emplea una metodología cualitativa y los análisis se hace a través de la estadística para generalizar los resultados.

Según la temporalización:

Métodos transversales: Se realiza en un lapso de tiempo corto.

2.4. POBLACIÓN Y MUESTRA DE ESTUDIO

2.4.1. Población

La población está compuesta por mil ocho (1008) clientes extranjeros que pernoctan en la Empresa Privada de Servicios de Hospedaje; la Posada de Tacna por semana, los cuales están dentro del “Registro de Clientes Extranjeros”.

N: 1008

TABLA N° 2: CLIENTES EXTRANJEROS EN LOS MESES DE JULIO, AGOSTO, SETIEMBRE DEL 2016 - POBLACIÓN

| MES DE JULIO | | MES DE AGOSTO | | MES DE SETIEMBRE | | TOTAL |
|--------------|-----|---------------|-----|------------------|-----|-------|
| SEMANA 1 | 84 | SEMANA 1 | 84 | SEMANA 1 | 84 | 252 |
| SEMANA 2 | 84 | SEMANA 2 | 84 | SEMANA 2 | 84 | 252 |
| SEMANA 3 | 84 | SEMANA 3 | 84 | SEMANA 3 | 84 | 252 |
| SEMANA 4 | 84 | SEMANA 4 | 84 | SEMANA 4 | 84 | 252 |
| SUMA | 336 | SUMA | 336 | SUMA | 336 | 1008 |

Elaboración Propia

El hotel tiene una capacidad de 1008 huéspedes en los meses de Julio, Agosto, Setiembre, estos huéspedes realizan el pago del servicio y se les entrega su comprobante de pago respectivo, solo se hace con una persona como mínimo que está registrada en el “Libro de Registros de Huéspedes”. A diario pernoctan un promedio de 12 personas registradas en el “Libro de Registros de Huéspedes”; generando un Total de 84 personas registradas por Semana y 336 huéspedes registrados por Mes.

-Criterio de inclusión

Todos los clientes extranjeros que pernoctan en la Empresa Privada de Servicios de Hospedaje, La Posada de Tacna.

-Criterios de exclusión

Cientes extranjeros que arriban al Hospedaje, que pernoctan y como consecuencia estén dentro del libro de "Registro de Clientes Extranjeros" por habitación, con el fin de la realización del pago del servicio y le elaboración de su comprobante de pago respectivo (parte de las características de la Exportación de Servicios de Hospedaje)

2.4.2. Muestra

Se determina de manera no probabilística. Los elementos muestrales se identifican bajo los siguientes criterios. Todos los clientes extranjeros que pernoctan en la Empresa Privada de Servicios de Hospedaje, La Posada de Tacna.

Los clientes deben estar dentro del Registro de Clientes extranjeros, con el fin de la realización del pago del servicio y le elaboración de su comprobante de pago respectivo.

-Tamaño de muestra

Por la naturaleza del estudio, y el objetivo de obtener información de todos los clientes extranjeros que estén dentro del Libro de Registro de Clientes Extranjeros del Hotel La Posada de Tacna, se aplicara la muestra censal a los 169 clientes extranjeros que forman parte del estudio, distribuidos en el Área de Recepción del Hotel, la cual se desarrolla al Terminar el servicio de Exportación.

A continuación se aplicara la fórmula:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

N= Total de la población

Z α = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

p= Proporción esperada (en este caso 5%=0.05)

q= 1-p (en este caso 1-0.05=0.95)

e= Precisión

Utilizando la fórmula:

CUADRO N° 1 DESARROLLO DE LA FÓRMULA PARA ENCONTRAR LA MUESTRA

| | | | | | | | | |
|---|---|--------|---|--------|---|--------------|---|-------------|
| N | = | 1008 | X | 3.84 | X | 0.05 | X | 0.95 |
| | | | | (1008- | | | | |
| | | 0.0009 | X | 1) | + | 3.84 | X | 0.05 X 0.95 |
| | | | | | | | | |
| | | | | N= | | 183.859 | | |
| | | | | | | <u>1.088</u> | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | N = 169 |

Fuente: Encuesta de la Investigación

Elaboración Propia

Se aplicará el instrumento de medición a ciento sesenta y nueve (169) clientes extranjeros de la Empresa Privada de Servicios de Hospedaje, La Posada de Tacna.

TABLA N° 3: CLIENTES EXTRANJEROS EN LOS MESES DE JULIO, AGOSTO, SETIEMBRE DEL 2016 – MUESTRA

| MES DE JULIO | | MES DE AGOSTO | | MES DE SETIEMBRE | | TOTAL |
|--------------|----|---------------|----|------------------|----|-------|
| SEMANA 1 | 14 | SEMANA 1 | 14 | SEMANA 1 | 14 | 42 |
| SEMANA2 | 14 | SEMANA2 | 14 | SEMANA2 | 14 | 42 |
| SEMANA 3 | 14 | SEMANA 3 | 14 | SEMANA 3 | 14 | 42 |
| SEMANA 4 | 14 | SEMANA 4 | 14 | SEMANA 4 | 14 | 42 |
| SUMA | 56 | SUMA | 56 | SUMA | 56 | 169 |

Elaboración Propia

2.5. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Se utilizará como instrumento de investigación un cuestionario de encuesta, con la misma se procederá a recolectar los datos de los clientes extranjeros, una vez concluido el servicio de hospedaje en el Hospedaje La Posada de Tacna, se verificara que la información recogida este completa y bien desarrollada.

2.6. ÁMBITO DE INVESTIGACIÓN

Local: La investigación se realizó en las instalaciones del Hospedaje de la ciudad de Tacna y se recolectara los datos brindados por los turistas extranjeros que se hospeden.

El estudio se llevó a cabo en la Región de Tacna, Provincia de Tacna, Distrito de Tacna, en el Hospedaje La Posada de Tacna, ubicado en la Avenida Bolognesi 629.

Departamento: Tacna
 Provincia : Tacna
 Distrito : Tacna
 Sector : Hotelero

2.7. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

El procesamiento de datos se hará de forma automatizada con la utilización de medios informáticos. Para ello, se utilizaran:

El soporte informático SPSS 15.0 Para Windows paquete con recursos para el análisis descriptivo de las variables y para el cálculo de medidas inferenciales

- Microsoft Office Excel 2013

- En cuanto al SPSS 15.0 Para Windows

Las respuestas serán codificadas a través de la escala de Likert, la elaboración de las tablas de doble entrada que permitirá ver el comportamiento conjunto de las variables según sus categorías y clases. -Ingresar los datos al programa estadístico SPSS y proceder a realizar la prueba de Alfa de Cronbach para analizar la fiabilidad del instrumento, la Estadística Correlación de Pearson y la Correlación de Spearman para contrastar la hipótesis general, y la Prueba Chi cuadrado para corroborar el Nivel de ambas variables, las respuestas serán codificadas a través de la escala de Likert.

-Luego, se procederá a analizar e interpretar los resultados.

-Se planteará las conclusiones a las que llegaron con los resultados obtenidos y formular las sugerencias necesarias

2.8. SELECCIÓN Y VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.

Para la recolección de datos se hizo previamente la validación de los instrumentos utilizados y la confiabilidad de los ítems:

En la validación se recurrió a 03 expertos, los que verificaron: claridad, objetividad, actualidad, organización, suficiencia, intencionalidad, consistencia, coherencia y metodología.

CAPITULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS

3.1. CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTOS

Se utilizarán técnicas y medidas de la estadística descriptiva e inferencial.

En cuanto a la estadística Descriptiva, se utilizará:

Tablas de frecuencia absoluta y relativa (porcentual). Estas tablas servirán para la presentación de los datos procesados y ordenados según sus categorías y niveles

Tablas de contingencia. Se utilizará este tipo de tablas para visualizar la distribución de los datos según las categorías o niveles de los conjuntos de indicadores analizados simultáneamente.

En cuanto a la estadística inferencial, se utilizará:

Prueba Chi (χ^2). Esta prueba inferencial, que responde a las pruebas de independencia de criterios, se basa en el principio en que dos variables son independientes entre sí, en el caso de que la probabilidad de que la relación sea producto del azar sea mayor que una probabilidad alfa fijada de antemano como punto crítico o límite para aceptar la validez de la prueba. En este sentido, la prueba efectuada y la decisión para la prueba de hipótesis, se basará en el criterio del p – valor. Esto es: si p-valores mayor que alfa (α), entonces, las variables serán independientes; en otras palabras, no habrá relación ente las variables. Por el contrario, si p-valor es menor a alfa, entonces, para efectos del estudio, se asumirá que las variables estarán relacionadas entre sí. La prueba se efectuará mediante los procedimientos de Pearson y la Correlación de Spearman

Se utilizó el estadístico de Alpha de Cronbach para determinar la confiabilidad de los instrumentos implementados, considerando el siguiente supuesto.

Entre más cercano a 1 el valor obtenido implica que la dispersión de las respuestas es baja o que el instrumento utilizado obtenidas con la aplicación del instrumento para medir el Nivel de Desarrollo de la Exportación de Servicios y el Desarrollo de la Calidad de Alojamiento Turístico (valor 1= muy en desacuerdo con el ítem y 5= muy de acuerdo con el ítem).

Para determinar la confiabilidad de los instrumentos aplicados se utilizó el coeficiente de Alpha de Cronbach, cuya valoración fluctúa entre 0 y 1.

TABLA N 4° ESCALA DE ALPHA DE CRONBACH

| Escala | Significado |
|-------------|------------------------|
| -1 a 0 | No es confiable |
| 0.01 - 0.49 | Baja confiabilidad |
| 0.50 - 0.69 | Moderada confiabilidad |
| 0.70 - 0.89 | Fuerte confiabilidad |
| 0.90 - 1.00 | Alta confiabilidad |

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Se presenta a continuación la relación de cada ítem con su respectivo indicador, se tiene:

TABLA N° 5 INDICADORES DE EXPORTACIÓN DE SERVICIOS

| | Indicadores | Items |
|--------------------------|--|-------|
| Exportación de Servicios | Documento de Identidad | 1,2 |
| | Hospedaje y Alimentación | 3,4 |
| | Comprobante de pago ,monto pagado y consignado | 5,6 |
| | Clasificación y categorización | 7,8 |

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

TABLA N° 6 INDICADORES DE CALIDAD DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO

| | Indicadores | Items |
|----------------------------------|------------------------|-------------|
| Calidad de Alojamiento Turístico | Elemento tangible | 1,2,3,4, |
| | Fiabilidad | 5 |
| | Capacidad de respuesta | 6,7,8,9,10 |
| | Profesionalidad | 11,12,13,14 |
| | Cortesía y Atención | 15 |
| | Credibilidad | 16 |
| | Seguridad | 17,18 |
| | Accesibilidad | 19,20 |
| | Comunicación | 21 |
| | Comprensión al cliente | 22,23 |

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Para el desarrollo de un mejor análisis cualitativo de los datos se ha identificado niveles de valoración que para las Variables de Exportación de Servicios y Calidad de Alojamiento Turístico, adaptado para los turistas extranjeros del Hospedaje La Posada de Tacna.

TABLA N° 7 PUNTAJE DE LA ESCALA DE LIKERT DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE Y DEPENDIENTE

| Escala de Likert | Valores |
|---|-------------|
| Puntaje de Exportación de Servicios | (8 – 40) |
| Puntaje de Calidad de Alojamiento Turístico | (23 – 115) |

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

**TABLA N° 8: ALPHA DE CRONBACH:
ESTADÍSTICOS DE FIABILIDAD**

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| 0.855 | 169 |

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Interpretación: En el resultado se obtiene un Alfa de Cronbach de 0.855, lo que representa un 95 % de confiabilidad en la medición del instrumento realizado para 169 encuestados, con una fuerte Confiabilidad

3.2. RESULTADO SOBRE EXPORTACIÓN DE SERVICIOS EN TURÍSTICAS EXTRANJEROS

TABLA N° 9: VARIABLE INDEPENDIENTE: EXPORTACIÓN DE SERVICIOS

| Variable Independiente | N | Media | Desviación Típica. |
|---------------------------------|----------|--------------|---------------------------|
| Exportación de Servicios | 169 | 4.010 | 2.66016 |

| Variable Independiente | N | Sumatoria |
|-------------------------------|----------|------------------|
| Exportación de Servicios | 169 | 32.0828 |

| Exportación de Servicios | N | Media | Desviación Típica |
|--|----------|--------------|--------------------------|
| Documento de Identidad | 169 | 4.01775 | 1.18971 |
| Hospedaje y Alimentación | 169 | 4.032 | 1.24471 |
| Comprobante de pago, monto pagado y consignado | 169 | 3.985 | 1.24128 |
| Clasificación y Categorización | 169 | 4.0059 | 1.13907 |

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Escala de valoración

| | |
|---|---------|
| Alto Desarrollo de Exportación de Servicios | 29 - 40 |
| Moderado desarrollo de Exportación de Servicios | 17 - 28 |
| Bajo Desarrollo de Exportación de Servicios | 5 - 16 |

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

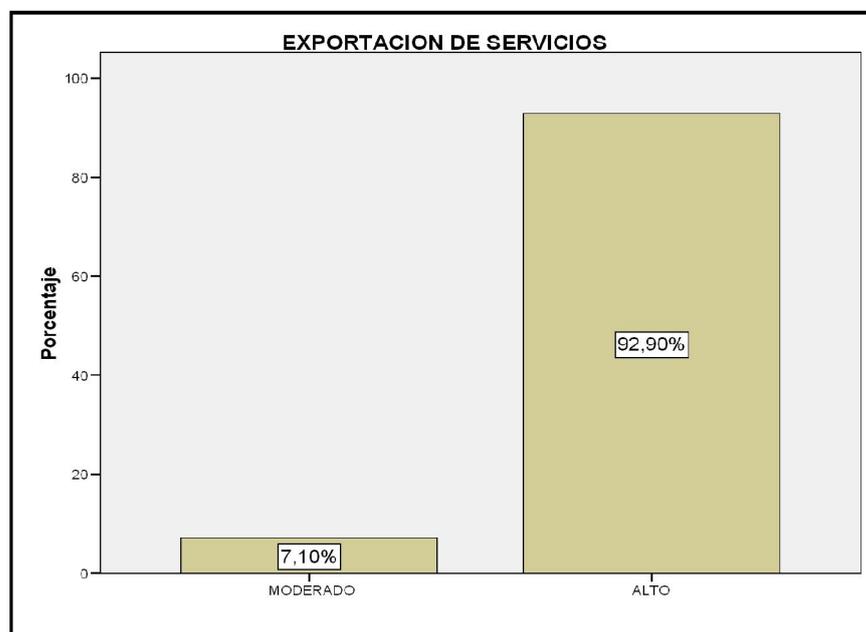
Interpretación

Los resultados de la Tabla N° 9 representan el comportamiento de la Variable denominada "Exportación de Servicios".

El resultado medio general obtenido fue de 4.010 con una desviación típica de promedio de 2.66016, proveniente de las respuestas de los turistas extranjeros del Hospedaje La Posada de Tacna

Asimismo la sumatoria de las medias de los cuatro indicadores es de 32.0828 que según la escala de valoración de la variable alcanza un nivel Alto de Desarrollo de Exportación de Servicios

Lo que nos permite concluir que el Hospedaje La Posada de Tacna tiene un Alto desarrollo de la Exportación de Servicios, y que es percibido por los turistas extranjeros

GRAFICO N° 11: NIVEL DE EXPORTACIÓN DE SERVICIOS

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Interpretación

El Grafico N° 11 nos permite comprobar que los turistas extranjeros del Hospedaje La Posada de Tacna tiene un Alto desarrollo de Exportación de Servicios, representado por un 92.90 %

3.2.1. RESULTADO POR ÍTEM

3.2.1.1. DATOS SOBRE DOCUMENTO DE IDENTIDAD

TABLA N° 10: INDICADOR 01: DOCUMENTO DE IDENTIDAD

| Indicador | N | Media | Desviación Típica |
|------------------------|-----|---------|----------------------|
| Documento de Identidad | 169 | 4.01775 | 1.18971 |

| Indicador | N | Sumatoria |
|---------------------------|-----|-----------|
| Documento de Identidad | 169 | 8.0355 |

| Items | N | Media | Desviación Típica |
|--|-----|-------|----------------------|
| Uso de pasaporte, salvoconducto o documento de identidad extranjero | 169 | 4.21 | .825 |
| Datos de turistas extranjeros son descritos en el "Libro de Registros" | 169 | 3.82 | .727 |

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Escala de valoración

| | |
|---|--------|
| Alto requerimiento de Documentos de Identidad | 6 – 10 |
| Bajo requerimiento de Documentos de Identidad | 2– 6 |

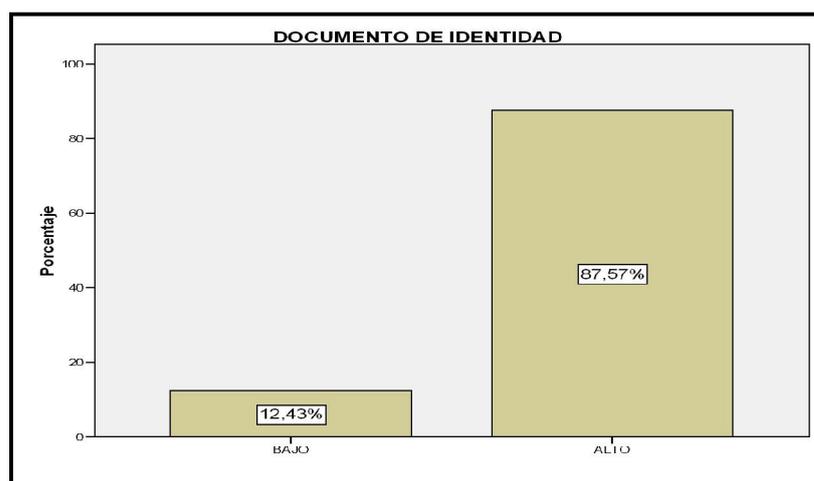
Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Interpretación

Los resultados de la Tabla N° 10 representan el comportamiento medio del indicador “Documento de Identidad”. El resultado medio general obtenido fue de 4.01775 y una desviación típica de 1.18971.

Asimismo la sumatoria de las medias de cada ítem obtiene el valor de 8.0355 que según la escala de valoración alcanza un nivel de Alto requerimiento de Documentos de Identidad, lo que permite concluir que los turistas extranjeros perciben un alto requerimiento de Documentos de Identidad por parte del Hospedaje La Posada de Tacna.

GRAFICO N° 12: NIVEL DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Interpretación

El Grafico N° 12 nos permite comprobar que los turistas extranjeros perciben un Alto requerimiento de Documentos de Identidad por parte del Hospedaje La Posada de Tacna, representado con un 87.57 %

3.2.1.2. DATOS SOBRE HOSPEDAJE Y ALIMENTACIÓN

TABLA N° 11: INDICADOR 02: HOSPEDAJE Y ALIMENTACIÓN

| Indicador | N | Media | Desviación Típica |
|--------------------------|-----|-------|----------------------|
| Hospedaje y Alimentación | 169 | 4.032 | 1.24471 |

| Indicador | N | Sumatoria |
|-----------------------------|-----|-----------|
| Hospedaje y Alimentación | 169 | 8.0651 |

| Items | N | Media | Desviación Típica. |
|--|-----|-------|-----------------------|
| Brindar un Desayuno adecuado | 169 | 4.14 | .861 |
| Servicio adecuado al precio durante estadía | 169 | 3.92 | .764 |

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Escala de valoración

| | |
|---|---------------|
| Alto servicio de Hospedaje y Alimentación | 6 – 10 |
| Bajo servicio de Hospedaje y Alimentación | 2– 6 |

Fuente: Encuesta de Investigación

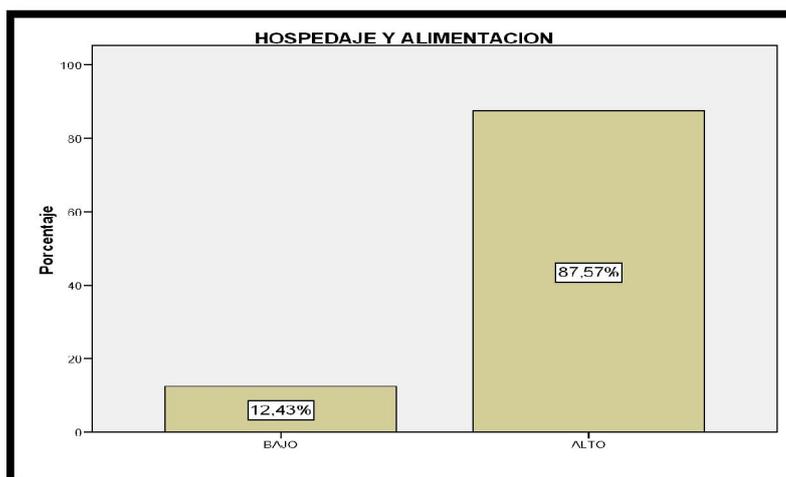
Elaboración Propia

Interpretación

Los resultados de la Tabla N° 11 representan el comportamiento medio del indicador “Hospedaje y Alimentación”. El resultado medio general obtenido fue de 4.032 y una desviación típica de 1.24471.

Asimismo la sumatoria de las medias de cada ítem alcanza el valor de 8.0651 que según la escala de valoración logra un Alto servicios de Hospedaje y Alimentación, lo que permite concluir que turistas extranjeros del Hospedaje La Posada de Tacna perciben un Alto servicio de Hospedaje y Alimentación.

GRAFICO N° 13: NIVEL DE HOSPEDAJE Y ALIMENTACIÓN



Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Interpretación

El Grafico N° 13 nos permite comprobar que el Hospedaje La Posada de Tacna brinda un Alto servicio de Hospedaje y Alimentación, y es percibido por los turistas extranjeros, el cual es representado con un 87.57 %

3.2.1.3. DATOS SOBRE COMPROBANTE DE PAGO Y MONTO PAGADO Y CONSIGNADO

TABLA N° 12: INDICADOR 03: COMPROBANTE DE PAGO, MONTO PAGADO Y CONSIGNADO

| Indicador | N | Media | Desviación Típica |
|--|-----|-------|-------------------|
| Comprobante de pago, monto pagado y consignado | 169 | 3.985 | 1.24128 |

| Indicador | N | Sumatoria |
|--|-----|-----------|
| Comprobante de pago, monto pagado y consignado | 169 | 7.9704 |

| Items | N | Media | Desviación típica |
|-------------------------------|-----|-------|-------------------|
| Brinda el comprobante de pago | 169 | 4.11 | .805 |
| Brinda el "Tax Free" | 169 | 3.86 | .875 |

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Determinación de escala y valores

| | |
|--|--------|
| Alto otorgamiento del comprobante de pago ,monto pagado y consignado | 6 – 10 |
| Bajo otorgamiento del comprobante de pago ,monto pagado y consignado | 2– 6 |

Fuente: Encuesta de Investigación

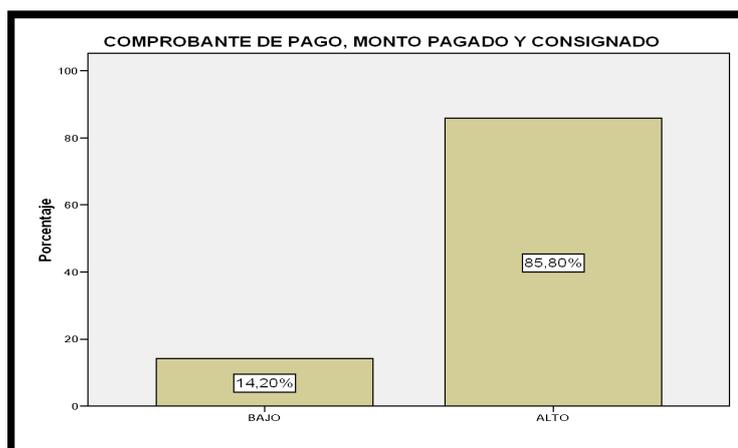
Elaboración Propia

Interpretación

Los resultados de la Tabla N° 12 representan el comportamiento medio del indicador “Comprobante de pago, monto pagado y consignado”. El resultado medio general obtenido fue de 3.985 y con una desviación típica de 1.24128.

Asimismo la sumatoria de las medias de cada ítem alcanza el valor de 7.9704 que según la escala de valoración alcanza un alto nivel de otorgamiento del comprobante de pago, monto pagado y consignado, lo que permite concluir que turistas extranjeros perciben un Alto otorgamiento del comprobante de pago, del monto pagado y consignado por parte del Hospedaje La Posada de Tacna.

GRAFICO N° 14: NIVEL DEL COMPROBANTE DE PAGO, MONTO PAGADO Y CONSIGNADO



Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Interpretación

El Grafico N° 14 nos permite comprobar que los turistas extranjeros perciben un Alto otorgamiento del comprobante de pago, del monto pagado y consignado por parte del Hospedaje La Posada de Tacna, que es representado por un 85.80 %

3.2.1.4. DATOS SOBRE CLASIFICACION Y CATEGORIZACION

TABLA N° 13: INDICADOR 04: CLASIFICACIÓN Y CATEGORIZACIÓN

| Indicador | N | Media | Desviación Típica |
|-----------------------------------|-----|--------|----------------------|
| Clasificación y Categorización | 169 | 4.0059 | 1.13907 |

| Indicador | N | Sumatoria |
|-----------------------------------|-----|-----------|
| Clasificación y Categorización | 169 | 8.0118 |

| Items | N | Media | Desviación Típica |
|--|-----|-------|----------------------|
| Brinda un Servicio relacionado a la clasificación | 169 | 3.83 | .721 |
| Brinda un Servicio relacionado a la categorización | 169 | 4.18 | .774 |

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Escala de Valoración

| | |
|--|--------|
| Alto desarrollo de la Clasificación y Categorización | 6 – 10 |
| Bajo desarrollo de la Clasificación y Categorización | 2– 6 |

Fuente: Encuesta de Investigación

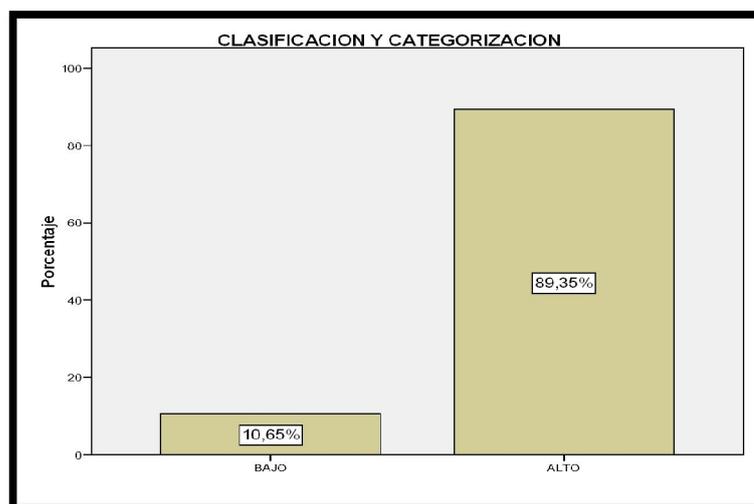
Elaboración Propia

Interpretación

Los resultados de la Tabla N° 13 representan el comportamiento medio del indicador “Comprobante de pago, monto pagado y consignado”. El resultado medio general obtenido fue de 4.0059 y una desviación típica de 1.13907.

Asimismo la sumatoria de las medias de cada ítem alcanza el valor de 8.0118 que según la escala de valoración alcanza un nivel de Alto desarrollo de la Clasificación y Categorización, lo que permite concluir que turistas extranjeros perciben un alto desarrollo de la Clasificación y Categorización por parte del Hospedaje La Posada de Tacna.

GRAFICO N° 15: NIVEL DEL CLASIFICACIÓN Y CATEGORIZACIÓN



Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Interpretación

El Grafico N° 15 nos permite comprobar que los turistas extranjeros del Hospedaje La Posada de Tacna de tienen un alto nivel de desarrollo de la Clasificación y Categorización, representado por un 89.35 %

3.3. RESULTADOS SOBRE CALIDAD DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO

TABLA N° 14: VARIABLE DEPENDIENTE: CALIDAD DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO

| Variable Dependiente | N | Media | Desviación Típica |
|----------------------------------|-----|--------|-------------------|
| Calidad de Alojamiento Turístico | 169 | 4.5293 | 6.26932 |

| Variable Dependiente | N | Sumatoria |
|----------------------------------|-----|-----------|
| Calidad de Alojamiento Turístico | 169 | 92.87 |

| Calidad de Alojamiento Turístico | N | Media | Desviación Típica |
|----------------------------------|-----|-------|-------------------|
| Elementos Tangibles | 169 | 4.395 | 2.248 |
| Fiabilidad | 169 | 4.42 | 0.642 |
| Capacidad de respuesta | 169 | 4.42 | 3.09 |
| Profesionalidad | 169 | 3.76 | 1.953 |
| Cortesía y Atención | 169 | 4.37 | 0.614 |
| Credibilidad | 169 | 4.12 | 0.808 |
| Seguridad | 169 | 3.98 | 1.41 |
| Accesibilidad | 169 | 3.929 | 1.192 |
| Comunicación | 169 | 4.24 | 0.65 |
| Comprensión al cliente | 169 | 3.73 | 1.79 |

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Escala de valoración

| | |
|---|--------|
| Alto desarrollo de Calidad de Alojamiento Turístico | 85-115 |
| Moderado desarrollo de Calidad de Alojamiento Turístico | 54-84 |
| Bajo desarrollo de Calidad de Alojamiento Turístico | 23-53 |

Fuente: Encuesta de Investigación

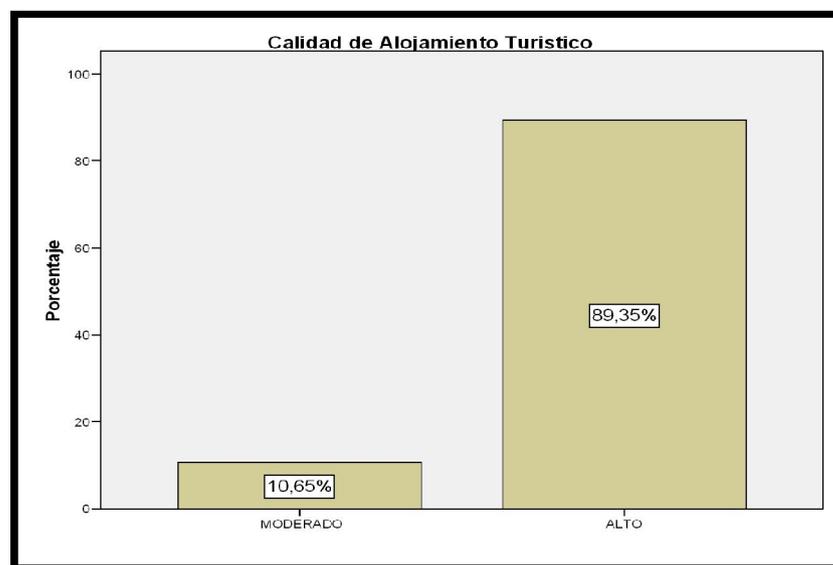
Elaboración Propia

Interpretación

Los resultados de la Tabla N° 14 representan el comportamiento de la Variable denominado “Calidad de Alojamiento Turístico”.

El resultado medio general obtenido fue de 4.529 con una desviación típica de promedio de 6.2393, proveniente de las respuestas de los turistas extranjeros del Hospedaje La Posada de Tacna

Asimismo la sumatoria de las medias de los diez indicadores es de 92.87 que según la escala de valoración de la variable alcanza un Alto nivel de Desarrollo de Calidad de Alojamiento Turístico, lo que nos permite concluir que el Hospedaje La Posada de Tacna tiene un Alto nivel de Desarrollo de la Calidad de Alojamiento Turístico, y es percibido por los turistas extranjeros.

GRAFICO N° 16: NIVEL DEL CALIDAD DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Interpretación

El Grafico N° 16 nos permite comprobar que los turistas extranjeros del Hospedaje La Posada de Tacna perciben un Alto nivel de desarrollo de Calidad de Alojamiento Turístico, representado por el 89.35 %

3.3.1 RESULTADOS POR ITEM

3.3.1.1. DATOS SOBRE ELEMENTOS TANGIBLES

TABLA N° 15: INDICADOR 01: ELEMENTOS TANGIBLES

| Indicador | N | Media | Desviación Típica |
|---------------------|-----|-------|----------------------|
| Elementos Tangibles | 169 | 4.395 | 2.24802 |

| Indicador | N | Sumatoria |
|---------------------|-----|-----------|
| Elementos Tangibles | 169 | 17.59 |

| Items | N | Media | Desviación Típica |
|---------------------------------------|-----|-------|-------------------|
| Infraestructura adecuada | 169 | 4.40 | .639 |
| Personal capacitado | 169 | 4.38 | .663 |
| Medios de comunicación adecuados | 169 | 4.41 | .641 |
| Servicio relacionado a Calidad/Precio | 169 | 4.39 | .637 |

Fuente Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Escala de valoración

| | |
|---------------------------------------|---------|
| Alto desarrollo de Elemento Tangibles | 12 – 20 |
| Bajo desarrollo de Elemento Tangibles | 4– 12 |

Fuente: Encuesta de Investigación

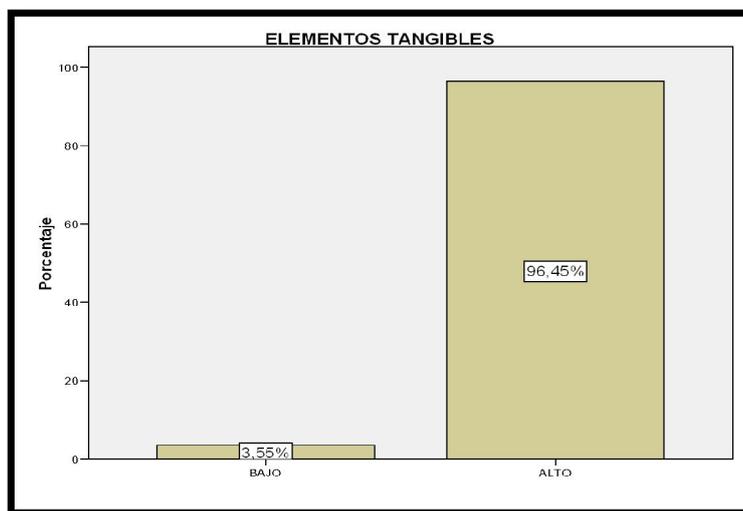
Elaboración Propia

Interpretación

Los resultados de la Tabla N° 15 representan el comportamiento medio del indicador “Elemento Tangibles”. El resultado medio general obtenido fue de 4.395 y una desviación típica de 2.2480, Asimismo la sumatoria de las medias de cada ítem alcanza el valor de 17.59 que según la escala de valoración alcanza un Alto nivel de desarrollo de Elementos Tangibles, lo que permite

concluir que el Hospedaje La Posada de Tacna tiene un Alto desarrollo de Elementos Tangibles, que son percibidos por los turistas extranjeros.

GRAFICO N° 17: NIVEL DE ELEMENTOS TANGIBLES



Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Interpretación

El Grafico N° 17 nos permite comprobar que el Hospedaje La Posada de Tacna tiene un alto nivel de desarrollo de Elementos Tangibles representado por el 96.45 %

3.3.1.2. DATOS SOBRE FIABILIDAD

TABLA N° 16: INDICADOR 02: FIABILIDAD

| Indicador | N | Media | Desviación Típica |
|------------|-----|-------|-------------------|
| Fiabilidad | 169 | 4.42 | .642 |

| Indicador | N | Sumatoria |
|------------|-----|-----------|
| Fiabilidad | 169 | 4.42 |

| Items | N | Media | Desviación Típica |
|---|-----|-------|----------------------|
| Adquisición del servicio de alojamiento de forma fiable y cuidadosa | 169 | 4.42 | .642 |

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Escala de valoración

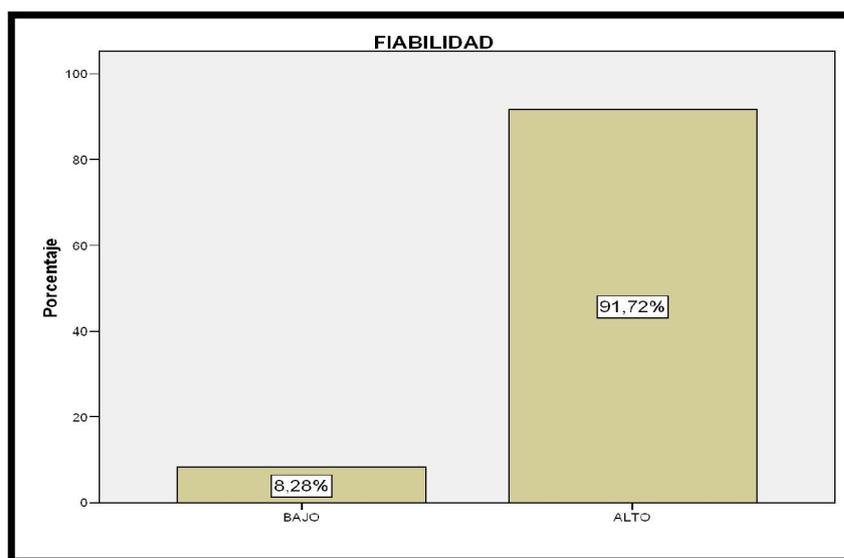
| | |
|-----------------|-------|
| Alto Fiabilidad | 3 – 5 |
| Baja Fiabilidad | 1– 3 |

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Interpretación

Los resultados de la Tabla N° 16 representan el comportamiento medio del indicador “Fiabilidad”. El resultado medio general obtenido fue de 4.42 y una desviación típica de 0.642, Asimismo la sumatoria de las medias de cada ítem alcanza el valor de 4.42 que según la escala de valoración alcanza un Alto nivel de Fiabilidad, lo que permite concluir que el Hospedaje La Posada de Tacna garantiza una alta Fiabilidad, que es percibida por los turistas extranjeros

GRAFICO N° 18: NIVEL DE FIABILIDAD

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Interpretación

El Grafico N° 17 nos permite comprobar que el Hospedaje La Posada de Tacna, garantiza un alto nivel de fiabilidad a los turistas extranjeros, es representado con el 91.72 %

3.3.1.3. DATOS SOBRE CAPACIDAD DE RESPUESTA

TABLA N° 17: INDICADOR 03: CAPACIDAD DE RESPUESTA

| Indicador | N | Media | Desviación Típica |
|------------------------|-----|-------|-------------------|
| Capacidad de Respuesta | 169 | 4.42 | 3.090 |

| Indicador | N | Sumatoria |
|------------------------|-----|-----------|
| Capacidad de Respuesta | 169 | 19.81 |

| Items | N | Media | Desviación Típica |
|---|-----|-------|----------------------|
| Servicios adicionales del desayuno | 169 | 4.10 | .737 |
| Servicios adicionales del servicios de entrega (delivery) | 169 | 3.83 | .891 |
| Servicio de limpieza en habitaciones | 169 | 3.89 | .916 |
| Servicio de paquetes turísticos | 169 | 3.75 | .887 |
| Buena atención telefónica y en redes sociales | 169 | 4.24 | .703 |

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Determinación de escala y valores

| | |
|--|---------|
| Alto dominio de Capacidad de Respuesta | 15 – 25 |
| Bajo dominio de Capacidad de Respuesta | 5– 15 |

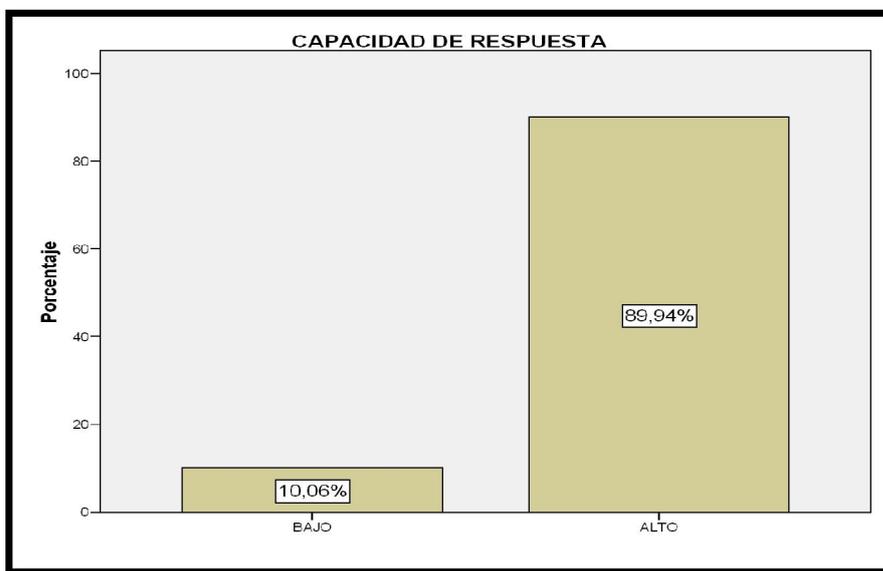
Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Interpretación

Los resultados de la Tabla N° 17 representan el comportamiento medio del indicador “Fiabilidad”. El resultado medio general obtenido fue de 4.42 y una desviación típica de 3.090. Asimismo la sumatoria de las medias de cada ítem alcanza el valor de 19.81 que según la escala de valoración alcanza un Alto dominio de Capacidad de Respuesta del Hospedaje La Posada de Tacna, lo que permite concluir que los turistas extranjeros perciben un alto dominio Capacidad de Respuesta.

GRAFICO N° 19: NIVEL DE CAPACIDAD DE RESPUESTA



Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Interpretación

El Grafico N° 18 nos permite comprobar que el Hospedaje La Posada de Tacna tiene un Alto dominio de Capacidad de Respuesta, el cual es percibido y representado por el 89,94 %

3.3.1.4. DATOS SOBRE PROFESIONALIDAD

TABLA N° 18: INDICADOR 04: PROFESIONALIDAD

| Indicador | N | Media | Desviación Típica |
|-----------------|-----|-------|----------------------|
| Profesionalidad | 169 | 3.76 | 1.953 |

| Indicador | N | Sumatoria |
|-----------------|-----|-----------|
| Profesionalidad | 169 | 15.04 |

| Ítems | N | Media | Desviación Típica |
|---|-----|-------|----------------------|
| Procesos internos, que están incluidos en el precio de la habitación | 169 | 4.05 | .570 |
| Procesos externos, que no están incluidos en el precio de la habitación | 169 | 3.76 | .613 |
| Garantiza información adecuada de los servicios del Hospedaje | 169 | 3.57 | .696 |
| Garantiza información adecuada de los lugares turísticos y direcciones de la ciudad | 169 | 3.66 | .680 |

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Escala de Valoración

| | |
|---------------------------------|---------|
| Alto dominio de Profesionalidad | 12 – 20 |
| Bajo dominio de Profesionalidad | 4– 12 |

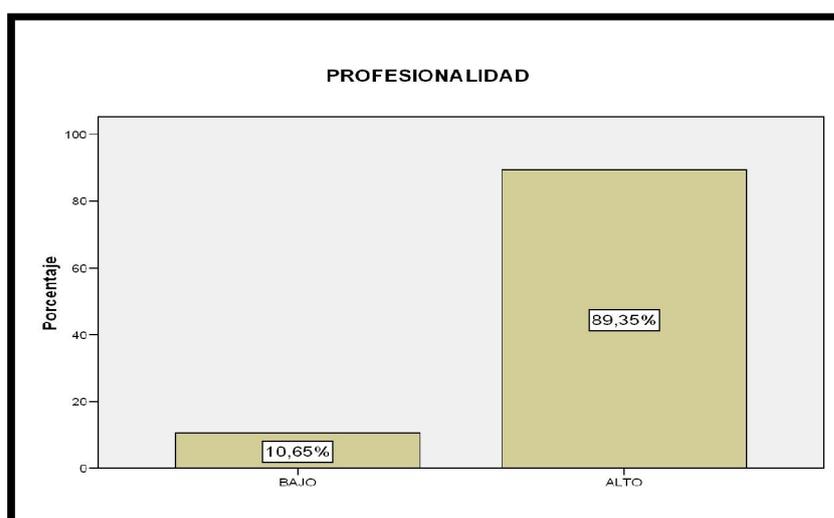
Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Interpretación

Los resultados de la Tabla N° 18 representan el comportamiento medio del indicador “Profesionalidad”. El resultado medio general obtenido fue de 3.76 y una desviación típica de 1.953. Asimismo la sumatoria de las medias de cada ítem alcanza el valor de 15.04 que según la escala de valoración alcanza el nivel de Alta dominio de Profesionalidad, lo que permite concluir que turistas extranjeros del Hospedaje La Posada de Tacna perciben un alto dominio de Profesionalidad

GRAFICO N° 20: NIVEL DE PROFESIONALIDAD



Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Interpretación

El Gráfico N° 19 nos permite comprobar que los turistas extranjeros del Hospedaje La Posada de Tacna tienen un alto dominio de Profesionalidad representado por un 89,35 %

3.3.1.5. DATOS SOBRE CORTESÍA Y ATENCIÓN

TABLA N° 19: INDICADOR 05: CORTESÍA Y ATENCIÓN

| Indicador | N | Media | Desviación Típica |
|---------------------|-----|-------|----------------------|
| Cortesía y Atención | 169 | 4.37 | .614 |

| Indicador | N | Sumatoria |
|---------------------|-----|-----------|
| Cortesía y Atención | 169 | 4.37 |

| Items | N | Media | Desviación Típica |
|--|-----|-------|----------------------|
| Trato amable, considerado y respetuoso | 169 | 4.37 | .614 |

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Determinación de Valoración

| | |
|-------------------------------------|-------|
| Alto dominio de Cortesía y Atención | 3 – 5 |
| Bajo dominio de Cortesía y Atención | 1– 3 |

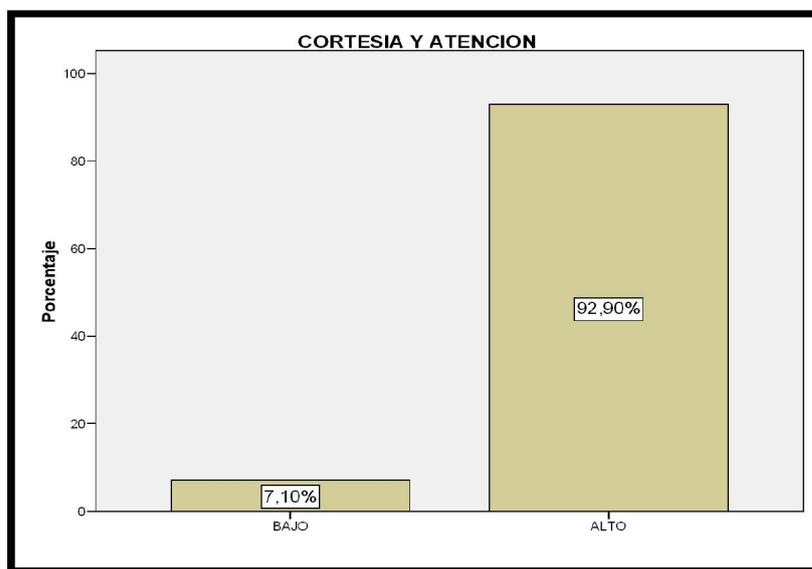
Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Interpretación

Los resultados de la Tabla N° 19 representan el comportamiento medio del indicador “Cortesía y Atención”. El resultado medio general obtenido fue de 4.37 y una desviación típica de 0.614. Asimismo la sumatoria de las medias de cada ítem alcanza el valor de 4.37 que según la escala de valoración alcanza un Alto dominio de Cortesía y Atención, lo que permite concluir que turistas extranjeros del Hospedaje La Posada de Tacna perciben un Alto dominio de Cortesía y Atención

GRAFICO N° 21: NIVEL DE CORTESÍA Y ATENCIÓN



Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Interpretación

El Gráfico N° 20 nos permite comprobar que el Hospedaje La Posada de Tacna tiene un Alto dominio de Cortesía y Atención, que es percibido por los turistas extranjeros, y es representado por el 92,90 %

3.3.1.6. DATOS SOBRE CREDIBILIDAD

TABLA N° 20: INDICADOR 06: CREDIBILIDAD

| Indicador | N | Media | Desviación Típica |
|--------------|-----|-------|----------------------|
| Credibilidad | 169 | 4.12 | .808 |

| Indicador | N | Sumatoria |
|--------------|-----|-----------|
| Credibilidad | 169 | 4.12 |

| Ítems | N | Media | Desviación Típica |
|---------------------|-----|-------|----------------------|
| Imagen y Reputación | 169 | 4.12 | .808 |

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Escala de Valores

| | |
|-------------------|-------|
| Alto Credibilidad | 3 – 5 |
| Baja Credibilidad | 1– 3 |

Fuente: Encuesta de Investigación

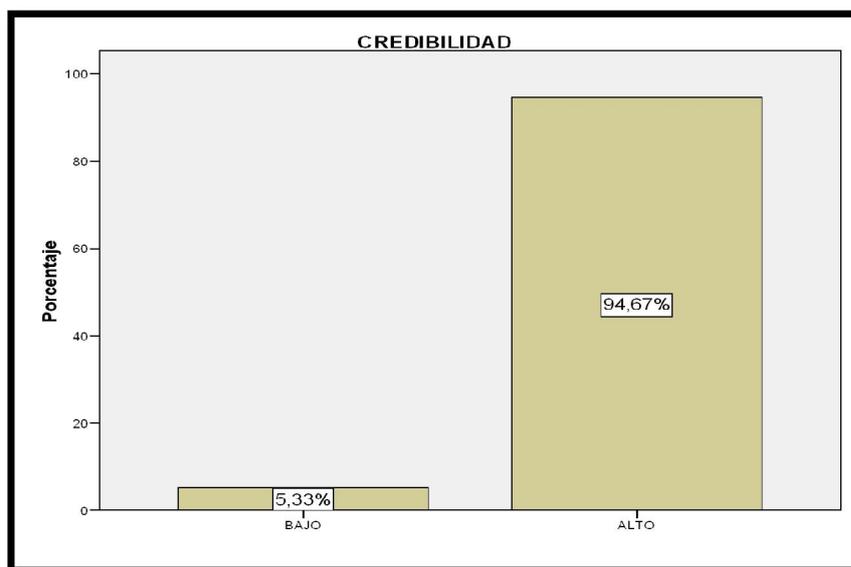
Elaboración Propia

Interpretación

Los resultados de la Tabla N° 20 representa el comportamiento medio del indicador “Credibilidad”. El resultado medio general obtenido fue de 4.12 y una desviación típica de 0.808. Asimismo la sumatoria de las medias de cada ítem alcanza el valor de 4.12 que según la escala de valoración alcanza una Alta

credibilidad, lo que permite concluir que turistas extranjeros del Hospedaje La Posada de Tacna perciben una Alta Credibilidad.

GRAFICO N° 22: NIVEL DE CREDIBILIDAD



Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Interpretación

El Grafico N° 21 nos permite comprobar que los turistas extranjeros del Hospedaje La Posada de Tacna tienen una Alta credibilidad, y es representado por el 94,67 %

3.3.1.7. DATOS SOBRE SEGURIDAD

TABLA N° 21: INDICADOR 07: SEGURIDAD

| Indicador | N | Media | Desviación Típica. |
|-----------|-----|-------|-----------------------|
| Seguridad | 169 | 3.98 | 1.410 |

| Indicador | N | Sumatoria |
|-----------|-----|-----------|
| Seguridad | 169 | 7.96 |

| Items | N | Media | Desviación Típica |
|--|-----|-------|----------------------|
| Buena ubicación en señales de emergencia y evacuación | 169 | 4.11 | 1.012 |
| Respeto y cuidado con los objetos personales de los clientes | 169 | 3.86 | 1.071 |

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Escala de valoración

| | |
|-------------------------|--------|
| Alto Nivel de Seguridad | 6 – 10 |
| Bajo Nivel de Seguridad | 2– 6 |

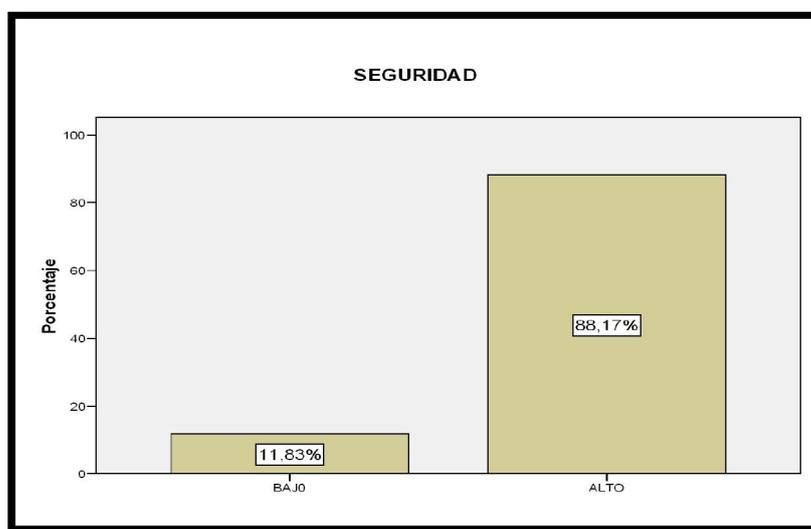
Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Interpretación

Los resultados de la Tabla N° 21 representa el comportamiento medio del indicador “Seguridad”. El resultado medio general obtenido fue de 3.98 y una desviación típica de 1.410. Asimismo la sumatoria de las medias de cada ítem alcanza el valor de 7.96 que según la escala de valoración alcanza un Alto Nivel de Seguridad, lo que permite concluir que turistas extranjeros del Hospedaje La Posada de Tacna perciben Seguridad al adquirir el Servicio.

GRAFICO N° 23: NIVEL DE SEGURIDAD



Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Interpretación

El Grafico N° 22 nos permite comprobar que el Hospedaje La Posada de Tacna proporciona Alta Seguridad para los turistas extranjeros, representado con un 88,17 %

3.3.1.8. DATOS SOBRE ACCESIBILIDAD

TABLA N° 22: INDICADOR 08: ACCESIBILIDAD

| Indicador | N | Media | Desviación Típica |
|---------------|-----|-------|----------------------|
| Accesibilidad | 169 | 3.929 | 1.19172 |

| Indicador | N | Sumatoria |
|---------------|-----|-----------|
| Accesibilidad | 169 | 7.8580 |

| Items | N | Media | Desviación Típica |
|---|-----|-------|----------------------|
| Accesibilidad relacionada a la interacción del personal con los huéspedes | 169 | 3.95 | .840 |
| Fácil acceso a servicios adicionales | 169 | 3.91 | .755 |
| N válido (según lista) | 169 | | |

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Escala de valoración

| | |
|--------------------|--------|
| Alto Accesibilidad | 6 – 10 |
| Bajo Accesibilidad | 2– 6 |

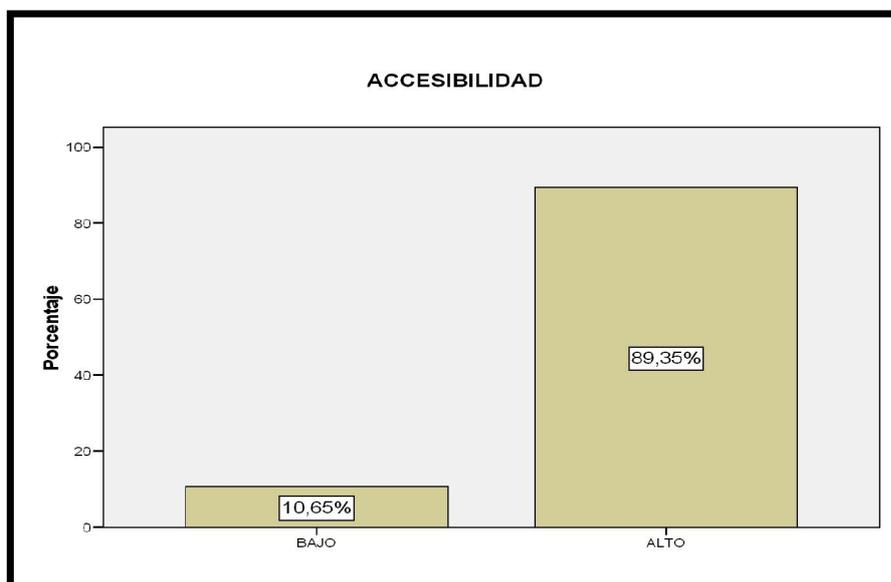
Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Interpretación

Los resultados de la Tabla N° 22 representa el comportamiento medio del indicador “Accesibilidad”. El resultado medio general obtenido fue de 3.929 y una desviación típica de 1.1917. Asimismo la sumatoria de las medias de cada ítem alcanza el valor de 7.858 que según la escala de valoración alcanza un Alto nivel de Accesibilidad, lo que permite concluir que turistas extranjeros del Hospedaje La Posada de Tacna perciben una alta Accesibilidad

GRAFICO N° 24: NIVEL DE ACCESIBILIDAD



Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Interpretación

El Grafico N° 23 nos permite comprobar que el Hospedaje La Posada de Tacna brinda una Alta Accesibilidad para los turistas extranjeros, y es representado con un 89,35 %

3.3.1.9. DATOS SOBRE COMUNICACIÓN

TABLA N° 23: INDICADOR 09: COMUNICACIÓN

| Indicador | N | Media | Desviación Típica |
|--------------|-----|-------|----------------------|
| Comunicación | 169 | 4.24 | .650 |

| Indicador | N | Sumatoria |
|--------------|-----|-----------|
| Comunicación | 169 | 4.24 |

| Items | N | Media | Desviación Típica |
|---|-----|-------|----------------------|
| Agilidad de información pertinente para los clientes | 169 | 4.24 | .650 |

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Escala de valoración

| | |
|----------------------------|-------|
| Alto Nivel de Comunicación | 3 – 5 |
| Bajo Nivel de Comunicación | 1– 3 |

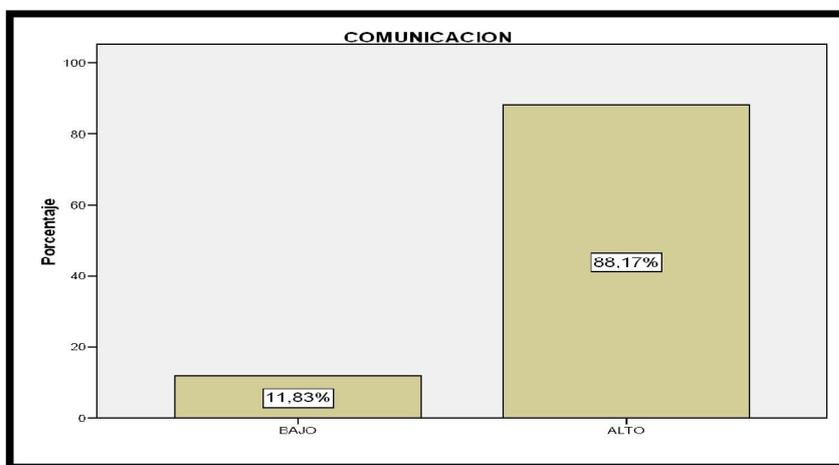
Fuente: Encuesta de investigación

Elaboración propia

Interpretación

Los resultados de la Tabla N° 23 representa el comportamiento medio del indicador “Comunicación”. El resultado medio general obtenido fue de 4.24 y una desviación típica de 0.650. Asimismo la sumatoria de las medias de cada ítem alcanza el valor de 4.24 que según la escala de valoración alcanza un Alto Nivel de Comunicación, lo que permite concluir que turistas extranjeros del Hospedaje La Posada de Tacna perciben una adecuada Comunicación por parte del personal del Hospedaje.

GRAFICO N° 25: NIVEL DE COMUNICACIÓN



Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Interpretación

El Grafico N° 24 nos permite comprobar que el Hospedaje La Posada de Tacna tiene un Alto nivel de Comunicación con los turistas extranjeros, representado por un 88,17 %

3.3.1.10. DATOS SOBRE COMPRENSIÓN AL CLIENTE

TABLA N° 24: INDICADOR 10: COMPRENSIÓN AL CLIENTE

| Indicador | N | Media | Desviación Típica |
|------------------------|-----|-------|----------------------|
| Comprensión al cliente | 169 | 3.73 | 1.790 |

| Indicador | N | Sumatoria |
|------------------------|-----|-----------|
| Comprensión al cliente | 169 | 7.46 |

| Items | N | Media | Desviación Típica |
|--|-----|-------|----------------------|
| El personal atiende sugerencias | 169 | 3.82 | .947 |
| El personal tiene empatía con los clientes | 169 | 3.64 | .991 |

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Escala de valoración

| | |
|---------------------------|--------|
| Alto Nivel de Comprensión | 6 – 10 |
| Bajo Nivel de Comprensión | 2– 6 |

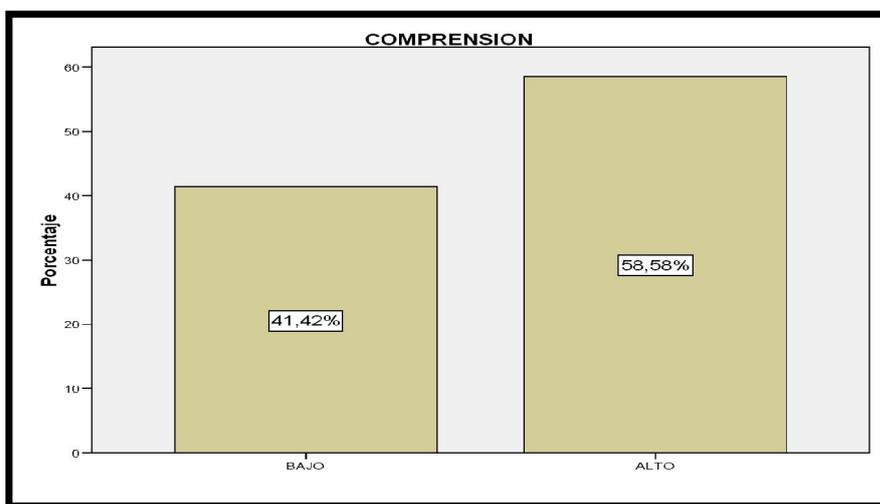
Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Interpretación

Los resultados de la Tabla N° 24 representa el comportamiento medio del indicador “Comprensión al cliente”. El resultado medio general obtenido fue de 3.73 y una desviación típica de 1.790 .Asimismo la sumatoria de las medias de cada ítem alcanza el valor de 7.46 que según la escala de valoración alcanza un Alto Nivel de Comprensión, lo que permite concluir que turistas perciben un Alta Comprensión por parte del personal del Hospedaje La Posada de Tacna

GRAFICO N° 26: NIVEL DE COMPRENSIÓN



Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Interpretación

El Grafico N° 25 nos permite comprobar el Hospedaje La Posada de Tacna tiene un alto nivel de Comprensión con los turistas extranjeros, representado con un 58,58 %

CAPITULO IV COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

4.1. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS DE EXPORTACIÓN DE SERVICIOS

a). Planteamiento de hipótesis

H_0 = El nivel de la Exportación de Servicios del Hospedaje La Posada de Tacna No es Alto

H_a = El nivel de la Exportación de Servicios del Hospedaje La Posada de Tacna es Alto

b). Nivel de Error:

$$\alpha = 5\% = 0.05$$

c) Prueba estadística:

Chi cuadrado de homogeneidad

d) Regla de decisión

Si Sig es ≤ 0.05 , entonces se Aceptar H_a y se Rechazar H_0

e) Cálculos y cuadros

TABLA N° 25 NIVEL DE EXPORTACIÓN DE SERVICIOS Y VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

| | N observado | N esperado |
|----------|-------------|------------|
| Moderado | 12 | 84.5 |
| Alto | 157 | 84.5 |
| Total | 169 | |

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Estadísticos de contraste chi cuadrado de homogeneidad

| Variable | Exportación de servicios |
|--------------------------|--------------------------|
| Chi-cuadrado | 124.408 |
| Grado de libertad | 1 |
| Significancia Asintótica | .000 |

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

| Exportación de Servicios | | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------------|----------|------------|------------|
| Válidos | Moderado | 12 | 7.1 |
| | Alto | 157 | 92.9 |
| | Total | 169 | 100.0 |

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

f) Toma decisión y Conclusión

Del total de los turistas extranjeros encuestados, solo 12 representan un Nivel Moderado de Exportación de Servicios, que equivale un 7.1 % del Total (169)

De igual modo, del total de los turistas extranjeros encuestados, solo 147 representan un Nivel Alto de Exportación de Servicios, que representa un 92.9 % del total.

Con un error del 5 % se acepta H_0 , tomando en cuenta el estadístico que se muestra en la tabla cuyo valor es 124.408 , podemos concluir con grado de certeza del 95 % que el nivel de la Exportación de Servicios del Hospedaje La Posada de Tacna es Alto.

4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS DE CALIDAD DE ALOJAMIENTO TURISTICO

a) Planteamiento de hipótesis

Ho: El nivel de la Calidad de Alojamiento Turístico del Hospedaje, La Posada de Tacna no es Alto

Ha: El nivel de la Calidad de Alojamiento Turístico del Hospedaje, La Posada de Tacna es Alto

b) Nivel de Error

$$\alpha=5\% =0.05$$

c) Prueba estadística

Chi cuadrado de homogeneidad

d) Regla de decisión

Si Sig es ≤ 0.05 , entonces se Aceptar Ha y se Rechazar Ho

e) Cálculos y cuadros

TABLA N° 26 NIVEL DE CALIDAD DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO Y VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.

| | N observado | N esperado | Residual |
|----------|-------------|------------|----------|
| Moderado | 18 | 84.5 | -66.5 |
| Alto | 151 | 84.5 | 66.5 |
| Total | 169 | | |

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

Estadísticos de contraste Chi cuadrado de homogeneidad

| Variable | Calidad de Alojamiento |
|--------------------------|------------------------|
| Chi-cuadrado | 104.669 |
| Grado de Libertad | 1 |
| Significancia Asintótica | .000 |

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

| Calidad de Alojamiento Turístico | | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------------------|----------|------------|------------|
| Validos | Moderado | 18 | 10.7 |
| | Alto | 151 | 89.3 |
| | Total | 169 | 100.0 |

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

F Toma decisión y Conclusiones

Del total de los turistas extranjeros encuestados, solo 18 representan un Nivel Moderado de Calidad de Alojamiento Turístico, que representa un 10.7 % del total

De igual modo, del total de los turistas extranjeros encuestados, solo 151 representan una Alta Calidad de Alojamiento Turístico, que representa un 89.3 % del total

Con un error del 5 % se acepta H_a , tomando en cuenta el estadístico que se muestra en la tabla cuyo valor es 104.669 , podemos concluir con grado de certeza del 95 % que el nivel de la Calidad turística Hotelera es Alto

4.3. HIPÓTESIS GENERAL

a) Planteamiento de hipótesis:

Ho: La Exportación de Servicios no tiene una relación directamente proporcional a la Calidad de Alojamiento Turísticos.

Ha: La Exportación de Servicios tiene una relación directamente proporcional a la Calidad de Alojamiento Turísticos.

b) Nivel de Error:

$$\alpha=5\% =0.05$$

c) Prueba estadística

Chi cuadrado

d) Regla de decisión

Si Sig es ≤ 0.05 , entonces se Aceptar Ha y se Rechazar Ho

e) Cálculos, cuadros e interpretaciones

**TABLA N° 27 PRUEBA DE CHI CUADRADO PARA HIPÓTESIS GENERAL
PRUEBAS DE CHI-CUADRADO**

| | Valor | Grado de Libertad | Significancia asintótica (bilateral) |
|-------------------------|---------|-------------------|--------------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson | 108.361 | 1 | .000 |
| N de casos válidos | 169 | | |

| | | Valor | Sig. aproximada |
|---------------------|-------------------------|-------|-----------------|
| Ordinal por ordinal | Correlación de Spearman | .801 | .000 |
| N de casos válidos | | 169 | |

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

En los resultados de la Tabla N° 27, se aprecia el Chi- cuadrado de Pearson con un 108.36, con un Grado de libertad equivalente a 1 y un Sig. Asintótica (bilateral) equivalente a 0

El valor del chi- cuadrado calculado es de 108.361 y el valor de $p = 0$, lo que significa que el valor de p es menor que el nivel de significancia $\alpha = 0.05$, lo que implica aceptar H_a , es decir corroborar que efectivamente entre la Exportación de Servicios y la Calidad de Alojamiento turísticos existe una relación, con un nivel de confianza del 95 %, con este resultado se comprueba que las variables tienen una relación dependiente, por lo tanto se precede a Aceptar la hipótesis general de la investigación planteada.

En los resultados de la Tabla N° 27, también se aprecia la Correlación de Spearman, cuyo valor es 0.801, que al estar aproximado a la unidad nos revela que existe una fuerte relación entre la Exportación de Servicios y la Calidad de Alojamiento Turístico.

TABLA N° 28 TABLA DE CONTINGENCIA EXPORTACIÓN DE SERVICIOS * CALIDAD DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO

| | | | Calidad de Alojamiento Turístico | | Total |
|--------------------------|----------|-------------|----------------------------------|-------|--------|
| | | | Moderado | Alto | |
| Exportación de servicios | Moderado | Recuento | 12 | 0 | 12 |
| | | % del total | 7.1% | .0% | 7.1% |
| | Alto | Recuento | 6 | 151 | 157 |
| | | % del total | 3.6% | 89.3% | 92.9% |
| Total | | Recuento | 18 | 151 | 169 |
| | | % del total | 10.7% | 89.3% | 100.0% |

Fuente: Encuesta de Investigación

Elaboración Propia

En los resultados de la Tabla N° 28 del proceso de investigación, se describe que de un total de 169 encuestado, 151 turistas extranjeros, califican con un

nivel Alto a la Exportación de Servicios y a la Calidad de Alojamiento Turístico, que equivale un 89.3 % del total

De los cuales 6 turistas extranjeros, califican con un Alto nivel de Exportación de Servicios y Moderada Calidad de Alojamiento Turístico, equivalente a 3.6 %

De igual modo 12 turistas extranjeros, califican con un Moderado nivel de Exportación de Servicios y Moderada Calidad de Alojamiento Turístico, equivalente a 7.1 %

f) Toma decisión y conclusión

El valor del chi- cuadrado calculado fue es de 108.361 y el valor de $p = 0$, lo que significa que el valor de p es menor que el nivel de significancia $\alpha = 0.05$, lo que implica aceptar H_a , es decir corroborar que efectivamente entre la Exportación de Servicios y la Calidad de Alojamiento turísticos existe una relación, con un nivel de confianza del 95 %, con este resultado se comprueba que las variables tienen una relación dependiente , por lo tanto se precede a Aceptar la hipótesis general de la investigación planteada, de igual manera con la Correlación de Spearman muestra un valor de 0.801, que se encuentra en una escala alta y próxima a la unidad, que nos revela la fuerte relación entre ambas variables

Se puede concluir que la variable independiente denominada exportación de servicios tiene una relación alta con la variable dependiente denominada calidad de alojamiento turístico, donde la Exportación de Servicios es directamente proporcional a la Calidad de Alojamiento Turístico, del Hospedaje La Posada de Tacna.

4.4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.

De los resultados obtenidos en la presente investigación, en cuanto a la hipótesis general, fue determinar la relación que existe entre la Exportación de Servicios y la Calidad de Alojamiento Turístico del Hospedaje La Posada de Tacna, del año 2016, Esta hipótesis ha sido demostrada, obteniéndose un valor de $p = 0,000$ después de haberse aplicado los métodos estadísticos correspondientes, tomando los datos que se recopilaron del cuestionario aplicado a los turistas Extranjeros del Hospedaje La Posada de Tacna

En esta investigación se ha logrado dar como respuesta al planteamiento del problema general y específicos, de acuerdo a cada uno de los indicadores de ambas variables, es decir la relación significativa de la Exportación de Servicios y la Calidad de Alojamiento Turístico del Hospedaje La Posada de Tacna.

CONCLUSIONES

1. En el primer capítulo se concluye que la Base Teórica de la Exportación de Servicios está desarrollada gracias a la Ley del Fomento de Comercio Internacional de Servicios, y a través de este medio se entiende los beneficios que una empresa adquiere al desarrollarse como exportadora, en ese sentido la Base Teórica de la Calidad de Alojamiento Turístico se analiza a través del Modelo SERVQUAL, donde se conoce la percepción del turistas extranjero sobre el servicio del Hospedaje La Posada de Tacna.
2. En el segundo capítulo se concluye que la Prueba Chi cuadrado, a través de la Correlación de Pearson y Spearman, son métodos adecuados para corroborar la relación que existe entre la Exportación de Servicios y la Calidad de Alojamiento Turístico, y conocer el Nivel que ambas variables desarrollan.
3. En el tercer capítulo se concluye que el Hospedaje La Posada de Tacna tiene un Alto desarrollo de la Exportación de Servicios y un Alto desarrollo de la Calidad de Alojamiento Turístico, y es percibido por los turistas extranjeros que pernoctan en el Establecimiento.
4. En el cuarto capítulo, se concluye que existe una relación directamente proporcional entre la Exportación de Servicios y la Calidad de Alojamiento turísticos, donde a mayor desarrollo de la exportación de servicios en el Hospedaje La Posada de Tacna, mayor será la Calidad de Alojamiento Turístico que se brinda a los turistas extranjeros.

SUGERENCIAS

1. Dados los resultados obtenidos, se sugiere que los Hospedajes La Posada de Tacna pueda realizar sus exportaciones de servicios a través de la Modalidad "Presencia Comercial"
2. Además de realizar pruebas estadísticas, es positivo realizar periódicamente un análisis FODA, con el fin de tener un enfoque complementario que beneficie a la empresa.
3. Se sugiere conocer las perspectivas del personal de la empresa para mantener o mejorar el nivel del servicio que se brinda, inclusive realizar capacitaciones relacionadas a la exportación de servicios y a la calidad.
4. Por último se sugiere al Hospedaje La Posada de Tacna, que realice un plan de trabajo a largo plazo, para desarrollar su exportación a través de un sistema de Sucursales o Franquicias

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. Alfaro, J. L. (2012). Estudio sobre el impacto de las exportaciones en el crecimiento económico del Perú durante los años 1970-2010.
2. ALFARO BAZAN, I. P., & RIVAROLA GANOZA, I. J. (2005). Influencia del Liderazgo en la competitividad de las organizaciones peruanas. Lima, Perú
3. Andrés López y Daniela Ramos (2007) .Las exportaciones de servicios de América Latina y su integración en las cadenas globales de valor
4. El Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior –SIICEX (2015) La Exportación de Servicios.
5. Berry, P. y. (1991). METODO SERVQUAL. Obtenido de http://www.12manage.com/methods_zeithaml_servqual_es.html
6. Castillo, J. R. (Junio de 2010). CONCEPCIONES TEÓRICAS REFERENTES A LA DEFINICIÓN DE LA COMPETITIVIDAD. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2010a/cccm3.htm>
7. CARLOS LABARCÉS BALLESTAS (2012) Percepción de calidad como factor de competitividad de la infraestructura de hoteles en Santa Marta y Barranquilla
8. Chicón, D. C. (Mayo de 2012). CALIDAD Y PRODUCTIVIDAD EN EL SECTOR HOTELERO ANDALUZ. Tesis Doctoral de Carlos Guillermo Benavides, España
9. Cifuentes, A. H. (Febrero de 2011). Tramites para Exportar e Importar . Obtenido de Camara de Comercio de Bogota, Colombia
10. MINCETUR. (2015). Hoteles categorizados y no categorizados. Tacna.
11. Organización Mundial del Comercio . (2011). Definición del comercio de servicios y Modos de Suministro. Obtenido de Comercio de Servicios : https://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/cbt_course_s/c1s3p1_s.htm
12. Organización Mundial del Comercio (2011). El acuerdo general sobre el comercio de servicios (AGCS): objetivos, alcance y disciplinas. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/gatsqa_s.htm
13. Oscar A. Colmanares (28 de Setiembre de 2007). Aproximación teórica de los modelos conceptuales. Obtenido de <http://www.cyta.com.ar/ta0604/v6n4a2.htm>
14. Duque. (2005). LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LOS CLIENTES LOGÍSTICOS. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1372/clientes-logisticos.html>

15. Fundacion Educacional Inaciana . (4 de Agosto de 2010). Determinantes de la Satisfaccion del Turista - Guaruja - Brasil . Obtenido de <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V20/v20n1a13.pdf>
16. Galvis, J. P. (2016). Biogestion de las Empresas . Standard Copyright License.
17. Gronroos. (1988). Modelos de Gestion de la Calidad de Servicios . Obtenido de [file:///C:/Users/Equipo/Downloads/Dialnet-ModelosDeGestionDeLaCalidadDeServicio-2480844%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Equipo/Downloads/Dialnet-ModelosDeGestionDeLaCalidadDeServicio-2480844%20(2).pdf)
18. Hoyos, A. M. (2008). DETERMINACIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DEL. Obtenido de Universidad de Armenia: <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/1535/658812S669.pdf?sequence=1>
19. Kotler, P. (2015). Fundamentos de Marketing. ADDISON-WESLEY.
20. Oliveira, B. (Febrero de 2011). Determinantes de la satisfacción del turista. Un estudio en la ciudad de Guarujá-Brasil. Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322011000100013
21. GUTIÉRREZ PULIDO, H. (2005). Calidad Total y Productividad. México.
22. Patuzzo, G. V. (Junio de 2010). EL COMERCIO INTERNACIONAL DE SERVICIOS EN BRASIL: UNA VISION SOBRE LA LIBERALIZACION EN EL GATS. Alcala . Obtenido de <http://dspace.uah.es/dspace/bitstream/handle/10017/9764/Tesis%20completa%20-%20final.pdf?sequence=1>
23. Perez, R. C. (2010). Identidad e imagen corporativas.
24. Parasuraman, A. Z. (1988). Servqual. Journal of retailing, 64(1), 12-40.
25. Peruzzotti, P. A. (2008). Exportar con Exito. Buenos Aires .
26. PORTER, M. (1998). The Competitiveness Advantage of Nations, Capítulo 1.
27. PORTER, M. E. (1980). Estrategia Competitiva. Madrid: Grupo Anaya.
28. Porter, M. E. (1980). Ser Competitivo. Deusto.
29. Pupo, G. A. (11 de Marzo de 2002). Un concepto de estrategia. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/un-concepto-de-estrategia/>
30. S, L. J. (Mayo de 1998). EL CONCEPTO DE COMPETITIVIDAD. Obtenido de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industriatina/246.htm>
31. Soto, M. d. (18 de Julio de 2011). Calidad de Servicios en el Area de Alojamiento Hotelero. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/calidad-servicio-area-alojamiento-hotelero/>

32. Spaleri, D. E. (Marzo de 2010). EXPORTACION DE SOFTWARE A MEDIDA A ESTADOS UNIDOS.
33. SUNAT. (2 de Enero de 2011). Capitulo IX De las Exportaciones . Obtenido de Exportacion de Servicios <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/tributaria/igv/ley/capitul9.htm>
34. SUNAT. (2016). Exportacion de Servicios .Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/devoluciones-empresas/regimen-de-establecimientos-de-hospedaje/3591-05-obligaciones-del-regimen>
35. SUNAT. (2016). Obligacon del Regimen. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/devoluciones-empresas/regimen-de-establecimientos-de-hospedaje/3591-05-obligaciones-del-regimen>
36. SUNAT. (2016). Registro Especial para Establecimientos de Hospedaje. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/devoluciones-empresas/regimen-de-establecimientos-de-hospedaje/3587-01-registro-especial-para-establecimientos-de-hospedaje>
37. SUNAT. (2016). Requisitos mínimos del Detalle de Consumo Turístico. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/devoluciones-empresas/regimen-de-establecimientos-de-hospedaje/6764-requisitos-minimos-del-detalle-de-consumo-turistico-empresas>
38. Yances, D. A. (1 de Enero de 2011). El Saldo a Favor del Exportador y los Servicios de Hospedaje. Obtenido de [file:///C:/Users/Equipo/Downloads/13231-52686-1-PB%20\(7\).pdf](file:///C:/Users/Equipo/Downloads/13231-52686-1-PB%20(7).pdf)

ANEXOS

ANEXO N°01: MATRIZ DE CONSISTENCIA

| PROBLEMA | OBJETIVO | HIPOTESIS | VARIABLES E | SUBINDICADORES |
|--|--|---|---|---|
| PROBLEMA GENERAL | OBJETIVO GENERAL | HIPOTESIS GENERAL | INDICADORES | |
| ¿Cuál es la relación que existe entre la Exportación de Servicio y la Calidad de Alojamiento Turística del Hospedaje La Posada de Tacna? | Establecer la relación que existe entre la Exportación de Servicios y la Calidad de Alojamiento Turístico del Hospedaje, La Posada de Tacna, para saber si son directamente proporcionales | La Exportación de Servicios tiene una relación directamente proporcional a la Calidad de Alojamiento Turístico del Hospedaje La Posada de Tacna | VARIABLE INDEPENDIENTE: EXPORTACION DE SERVICIOS | -Documento de Identidad -Hospedaje y Alimentación -Comprobante de pago, monto pagado y consignado -Clasificación y categorización |
| PROBLEMAS ESPECÍFICOS | OBJETIVOS ESPECÍFICOS | HIPÓTESIS ESPECÍFICAS | VARIABLES E INDICADORES | SUBINDICADORES |
| ¿Cuál es el nivel de la Exportación de Servicios del Hospedaje, La Posada de Tacna? | Determinar el nivel de la Exportación de Servicios del Hospedaje La Posada de Tacna, para conocer cómo se relaciona con la Calidad de alojamiento turístico de la empresa. | El nivel de la Exportación de Servicios del Hospedaje La Posada de Tacna es Alto | VARIABLE DEPENDIENTE : CALIDAD DE ALOJAMIENTO TURISTICO | - Elemento tangible -Fiabilidad -Capacidad de respuesta -Profesionalidad - Atención. - Credibilidad - Seguridad -Accesibilidad -Comunicación -Comprensión al cliente |
| ¿Cuál es el nivel de la Calidad de Alojamiento Turístico del Hospedaje, La Posada de Tacna? | Determinar el nivel de la Calidad de Alojamiento Turístico del Hospedaje La Posada de Tacna, para conocer cómo se relaciona con la Exportación de Servicios de la empresa. | El nivel de la Calidad de Alojamiento Turístico del Hospedaje La Posada de Tacna es Alto | | |

Elaboración Propia

ANEXO N°02: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

| VARIABLE | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL | INDICADORES | ESCALA DE MEDICION |
|---|---|---|---|--------------------|
| Exportación de Servicios | La Exportación de Servicios es un procedimiento comercial donde un servicio es consumido por un cliente extranjero | Es el tráfico legítimo de servicios nacionales para uso o consumo de un cliente extranjero. Una exportación de servicios se realiza cuando el pago del mismo es efectuado por un residente en el extranjero, donde se desarrollan características según la clasificación y categorización del hospedaje. | <ul style="list-style-type: none"> • Documento de identidad • Hospedaje y Alimentación • Comprobante de pago monto pagado y consignado • Clasificación y categorización | Ordinal |
| Calidad de Alojamiento Turístico | Hace referencia a la capacidad que posee un hospedaje para satisfacer necesidades implícitas o explícitas según ciertos parámetros. | La calidad de alojamientos turísticos es el proceso de donde se mide la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes los cuales sienten un conjunto de sensaciones, expectativas y experiencias personales; | <ul style="list-style-type: none"> • Elemento tangible • Fiabilidad • Capacidad de respuesta • Profesionalidad • Cortesía y Atención • Credibilidad • Seguridad • Accesibilidad • Comunicación • Comprensión al cliente | Ordinal |

Elaboración Propia

ANEXO N°03: INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN**Cuestionario para los Turistas Extranjeros del Hospedaje La Posada de Tacna.**

| ENCUESTA | | | | |
|--|----------------------|-----------------|-------------------|---------------------------|
| ESTIMADO ENCUESTADO: | | | | |
| <p>El presente instrumento forma parte del trabajo de investigación titulada: "LA EXPORTACION DE SERVICIOS Y LA CALIDAD DE ALOJAMIENTO TURISTICO DEL HOSPEDAJE LA POSADA DE TACNA-2016"</p> <p>Se aplicará este instrumento dirigido a los turistas extranjeros que pernoten en el Hospedaje</p> | | | | |
| INSTRUCCIONES | | | | |
| <p>Todas las preguntas tienen diversas opciones de respuesta, pero deberá elegir SOLO UNA.</p> <p>Cada opción tiene un número, encierre el número correspondiente a la opción elegida, de la siguiente forma:</p> | | | | |
| Muy en desacuerdo | En desacuerdo | Indeciso | De acuerdo | Muy de acuerdo |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <p>La información es de carácter confidencial y reservado; ya que los resultados serán manejados solo para la investigación.</p> | | | | |
| MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN | | | | |

NIVEL DE EXPORTACIÓN DE SERVICIOS

| | EXPORTACION DE SERVICIOS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| | Documento de identidad | | | | | |
| 1 | En el hospedaje La Posada de Tacna se registra a los turistas extranjeros con pasaporte, salvoconducto o documento de identidad extranjero. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2 | El hospedaje La Posada de Tacna registra los datos del cliente extranjero en el "Libro de Registros" | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | Hospedaje y Alimentación | | | | | |
| 3 | El hospedaje La Posada de Tacna brinda un desayuno adecuado a los turistas extranjeros | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | El hospedaje La Posada de Tacna ofrece un servicio conforme al precio, durante la estadía del cliente extranjero | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | Comprobante de pago monto pagado y consignado | | | | | |
| 5 | El hospedaje La Posada de Tacna brinda el comprobante de pago para el turista extranjero. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6 | El hospedaje La Posada de Tacna facilita el " Tax Free" | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | Clasificación y categorización | | | | | |
| 7 | El hospedaje La Posada de Tacna brinda un Servicio de calidad relacionado a la clasificación del hospedaje | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8 | El hospedaje La Posada de Tacna brinda el Servicio de calidad relacionado a la categorización del hospedaje | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

NIVEL DE CALIDAD DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO

| | CALIDAD DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| Nº | Elemento tangible | | | | | |
| 1 | El hospedaje La Posada de Tacna tiene una infraestructura adecuada | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2 | El hospedaje La Posada de Tacna tiene un personal capacitado | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3 | El hospedaje La Posada de Tacna tiene medios de comunicación apropiados | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | El hospedaje La Posada de Tacna brinda un servicio relacionado a calidad/ precio. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | Fiabilidad | | | | | |
| 5 | El hospedaje La Posada de Tacna ejecuta los servicios que incluye en la adquisición de la habitación, de forma fiable y cuidadosa a los clientes extranjeros | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | Capacidad de respuesta | | | | | |
| 6 | El hospedaje La Posada de Tacna tiene capacidad de respuesta a solicitudes en relación a los servicios adicionales del desayuno. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7 | El hospedaje La Posada de Tacna tiene capacidad de respuesta a solicitudes en relación a pedidos hechos por servicios de entrega (delivery). | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8 | El hospedaje La Posada de Tacna tiene capacidad de respuesta a solicitudes en relación a la limpieza de habitaciones. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9 | El hospedaje La Posada de Tacna tiene capacidad de respuesta a solicitudes para la adquisición de paquetes turísticos | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10 | El hospedaje La Posada de Tacna | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | | |
|----|--|---|---|---|---|---|
| | tiene una buena atención a través de los medios de comunicación telefónica y redes sociales | | | | | |
| | Profesionalidad | | | | | |
| 11 | El personal del hospedaje La Posada de Tacna tiene un buen manejo de los procesos de servicio internos que están incluidos en el precio de la habitación | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12 | El personal del hospedaje La Posada de Tacna tiene un buen manejo de los procesos de servicio externos que son adicionales al precio de la habitación. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13 | El personal del hospedaje La Posada de Tacna garantiza información adecuada de los servicios que brinda el hospedaje. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14 | El personal del hospedaje La Posada de Tacna, tiene dominio de los lugares turísticos y direcciones de la ciudad. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | Cortesía Atención | | | | | |
| 15 | El hospedaje La Posada de Tacna tiene un trato amable , con respeto y consideración para el cliente extranjero | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | Credibilidad: | | | | | |
| 16 | El hospedaje La Posada de Tacna tiene una buena imagen y reputación | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | Seguridad: | | | | | |
| 17 | El hospedaje La Posada de Tacna tiene bien ubicadas las señales de emergencia y evacuación. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18 | El hospedaje La Posada de Tacna tiene respeto y cuidado por los objetos personales de los clientes extranjeros | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | Accesibilidad: | | | | | |
| 19 | El hospedaje La Posada de Tacna | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|
| | tiene una fácil interacción del personal del hospedaje con los huéspedes | | | | | |
| 20 | El hospedaje La Posada de Tacna tiene fácil acceso a otros servicios adicionales. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | Comunicación | | | | | |
| 21 | El hospedaje La Posada de Tacna tiene agilidad en la entrega de la información de pertinencia de los clientes extranjeros | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | Comprensión al cliente | | | | | |
| 22 | El personal del Hospedaje La Posada de Tacna atiende a las sugerencias de los clientes extranjeros | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 23 | El personal del hospedaje La Posada de Tacna tiene empatía con el cliente hospedado. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Elaboración Propia

ANEXO N° 04: ESTUDIO DE PERSONAS QUE PERNOCTAN EN EL HOSPEDAJE LA POSADA DE TACNA, EN LOS MESES DE JULIO, AGOSTO Y SETIEMBRE DEL AÑO 2013 y 2014

ESTUDIO DE PERSONAS QUE PERNOCTAN EN EL HOSPEDAJE LA POSADA DE TACNA, EN LOS MESES DE JULIO AGOSTO Y SETIEMBRE DEL 2013

| TOTAL | SEXO | ESTADO CIVIL | CIUDAD | OCUPACION |
|-------|----------------|-----------------|-------------------|------------------|
| 342 | 173 HOMBRES | 136 CASADOS | 109 ARICA | 170 COMERCIANTES |
| | 169 MUJERES | 206 SOLTEROS | 54 ANTOFAGASTA | 39 AMA DE CASAS |
| | | | 30 SANTIAGO | 5 MINREOS |
| | | | 80 IQUIQUE | 9 SECRETARIAS |
| | | | 23 CALAMA | 10 ABOGADOS |
| | | | 7 COPIAPO | 49 ESTUDIANTES |
| | | | 15 TOCOPILLA | 3 ESTILISTAS |
| | | | 20 SERENA | 17 PROFESORES |
| | | | 20 VIÑA | 8 CHOFERES |
| | | | 2 TALCA | 32 EMPLEADOS |
| 453 | 256 hombres | 245 CASADOS | 197 ARICA | 240 COMERCIANTES |
| | 197 mujeres | 208 SOLTEROS | 24 ANTOFAGAST | 56 AMA DE CASA |
| | | | 25 SANTIAGO | 5 ABOGADOS |
| | | | 78 IQUIQUE | 13 CHOFERES |
| | | | 18 CALAMA | 40 EMPLEADOS |
| | | | 70COPIAPO | 9 PROFESORES |
| | | | 3 TOCOPILLA | 4 ENFERMERAS |
| | | | 15 SERENA | 73 ESTUDIANTES |
| | | | 14 VIÑA | 4 MUSICOS |
| | | | 9 TALCA | 6 INGENIEROS |
| | | | 2 ADMINISTRADORES | |
| | | | 1 LOCUTOR | |

Total: 705 clientes extranjeros

Fuente: Escuela de Administración del Instituto Newman (2014)

ESTUDIO DE PERSONAS QUE PERNOCTAN EN EL HOSPEDAJE LA POSADA DE TACNA, EN LOS MESES DE JULIO AGOSTO Y SETIEMBRE DEL 2014

| TOTAL | SEXO | ESTADO CIVIL | CIUDAD | OCUPACION |
|-------|--|--|---|---|
| 357 | 160 SOLTEROS 197 CASADOS | 160 SOLTEROS 197 CASADOS | 98ARICA 38 ANTOFAGASTA 39 SANTIAGO 90 IQUIQUE 30 COPIAPO 20TOCOPILLA 3ATACAMA 15SERENA 24CALAMA | 170COMERCIANTES 67 EMPLEADOS PUBLICOS 54 AMAS DE CASA 19 CAMIONEROS 20 ESTUDIANTES 7 VISITADORES MEDICOS 10 ABOGADOS 10 INGENIEROS |
| 447 | 237 SOLTEROS 192 CASADOS 18 VIUDOS | 237 SOLTEROS 192 CASADOS 18 VIUDOS | 107 ARICA 43 ANTOFAGASTA 28SANTIAGO 84 IQUIQUE 15COPIAPO 32 TOCOPILLA 50 SERENA 46 CALAMA 42 VIÑA | 260 COMERCIANTES 97 EMPLEADOS 64 AMAS DE CASA 17 MINEROS 9 SECRETARIAS |

Total: 804 clientes extranjeros

Fuente: Escuela de Administración del Instituto Newman (2014)