

UNIVERSIDAD SAN PEDRO

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

**PROGRAMA DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN
HOTELERA Y TURISMO**



**Modelo SERVQUAL y la satisfacción, en adultos mayores,
Programa Turismo Social de Essalud, Chimbote 2017**

Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración Hotelera y
Turismo

Autora

Bach. Huamán Broncano, Susan Margarita

Asesor

Luján Torres, Jorge Alejandro

Código ORCID 0000 – 0001 – 7194 – 2917

CHIMBOTE – PERÚ

2024

INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

1. Palabras Clave:

Tema	Modelo SERVQUAL / Satisfacción al cliente
Especialidad	Administración Hotelera, Turismo.
Línea de Investigación	Código OCDE 5. Ciencias Sociales. 5.2 Economía y Negocios. 5.2.9 Turismo.
Topic	SERVQUAL model / Customer satisfaction
Speciality	Hospitality Management and Tourism.
Line of research	OCDE Code 5. Social Sciences. 5.2 Economy and Business. 5.2.9 Tourism.



USP
UNIVERSIDAD SAN PEDRO

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

El que suscribe, Vicerrector de Investigación de la Universidad San Pedro:

HACE CONSTAR

Que, de la revisión del trabajo titulado **“Modelo SERVQUAL y la satisfacción, en los adultos mayores, Programa Turismo Social de Essalud, Chimbote 2017”** del (a) estudiante: **Susan Margarita Huamán Broncano**, identificado(a) con **Código N° 1112200197**, se ha verificado un porcentaje de similitud del **26%**, el cual se encuentra dentro del parámetro establecido por la Universidad San Pedro mediante resolución de Consejo Universitario N° 5037-2019-USP/CU para la obtención de grados y títulos académicos de pre y posgrado, así como proyectos de investigación anual Docente.

Se expide la presente constancia para los fines pertinentes.

Chimbote, 19 de Noviembre de 2020


UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
Dr. CARLOS URBINA SANJINES
VICERRECTOR



**“Modelo SERVQUAL y la Satisfacción, en los adultos
mayores, Programa Turismo Social de Essalud, Chimbote
2017”**

RESUMEN

La presente investigación tuvo como propósito analizar y determinar, como mediante el modelo SERVQUAL; el nivel de satisfacción del servicio, en los adultos mayores del “PTS” de EsSalud, Chimbote 2017, pueda mejorar.

De acuerdo al problema planteado y a los objetivos formulados, el tipo de investigación fue descriptiva; debido que se observó y describió el comportamiento de las variables sin influir sobre ellas. El diseño que se utilizó en esta investigación es: No experimental de corte transversal; siendo la población los adultos mayores que están registrados en la base de datos de EsSalud, equivalente a 235; de los cuales solamente asisten regularmente al programa 60 adultos mayores; por tanto la población de estudio fueron los 60 adultos mayores. No fue necesario determinar muestra..

Se aplicó una encuesta, como técnica de investigación, al total de adultos mayores que asisten regularmente al programa de EsSalud; cuyos datos fueron procesados utilizando el software SPSS versión 24; y los resultados obtenidos fueron presentados a través de tablas y figuras; los cuales fueron analizados y discutidos; permitiendo conocer que si existe influencia entre el modelo SERVQUAL y el nivel de satisfacción del servicio, en los adultos mayores del “PTS” de EsSalud, Chimbote 2017, pueda mejorar. Así mismo se demostró que existe relación o asociación entre ambas variables de estudio.

Se ha de esperar que, con el trabajo de investigación, y según los resultados obtenidos, el servicio brindado al adulto mayor por EsSalud-Chimbote mejore aplicando el modelo SERVQUAL.

ABSTRAC

The purpose of the present investigation was to analyze and determine, as by the SERVQUAL model; in the level of satisfaction of the service, in the elderly of the "PTS" of EsSalud, Chimbote 2017, can improve.

According to the problem posed and the objectives formulated, the type of research was descriptive; because the behavior of the variables was observed and described without influencing them. The design used in this investigation is: Non-experimental cross-sectional; the population being older adults who are registered in the EsSalud database, equivalent to 235; of which only 60 seniors attend the program regularly; therefore the study population was the 60 older adults. It was not necessary to determine sample ..

A survey was applied, as a research technique, to the total number of seniors who regularly attend the Essalud program; whose data was processed using SPSS software version 24; and the results obtained were presented through tables and figures; which were analyzed and discussed; allowing to know that if there is an influence between the SERVQUAL model and the level of satisfaction of the service, in the elderly of the "PTS" of EsSalud, Chimbote 2017, it can be improved. It was also shown that there is a relationship or association between both study variables.

It is expected that, with the research work, and based on the results obtained, the service provided to the elderly by EsSalud-Chimbote will improve by applying the SERVQUAL model.

ÍNDICE

Palabras clave	i
Constancia de originalidad	ii
Título	iii
Resumen	iv
Abstract	v
CAPITULO I: INTRODUCCIÓN	1
1.1 Antecedentes y fundamentación científica	2
1.2 Justificación de la investigación	20
1.3 Problema	20
1.4 Conceptuación y Operacionalización de las variables	21
1.4.1. Conceptualización de las variables	21
1.4.2. Operacionalización de las variables	22
1.4.3. Matriz de operacionalización de las variables	23
1.5 Hipótesis	26
1.6 Objetivos	26
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	27
2.1 Tipo y diseño de investigación	28
2.2 Población y muestra	28
2.3 Técnica e instrumento de investigación	29
2.4 Procedimientos y análisis de la información	29
CAPÍTULO III: RESULTADOS	30
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS Y DISCUSIÓN	63
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	67
Referencias bibliográficas	71
Apéndices y anexos	75

CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 Antecedentes y fundamentación científica:

1.1.1 Antecedentes:

Según Gheneo (2015) “*El último Barómetro de la OMT*”, en el presente informe, el autor concluyó lo siguiente:

Considerar que la contribución de las personas mayores a la industria turística europea no solamente es importante, sino que además debe reforzarse para afrontar el reto de la estacionalidad, estimular el crecimiento económico y la creación de empleo en Europa”. De allí la importancia de fomentar la actividad turística transnacional mediante el desarrollo del turismo fuera de temporadas para los europeos adultos mayores, siendo un grupo que dispone del poder adquisitivo necesario para viajar y de tiempo libre para disfrutar.

Según Gutierrez (2008). “*Programa Nacional del Adulto Mayor, turismo para el adulto mayor, grupos terapéuticos*”, en el documento, el autor concluyó lo siguiente:

El estudio correlacionar, denominado Calidad de vida en el adulto mayor: estado físico y relaciones sociales de la comunidad de Concepción. En el presente documento la variable ingresos económicos no influiría dado que los adultos mayores tienen en la actualidad más motivación y mayores opciones para acceder a actividades de menor costo.

Según Pablo (2004) *“El Estudio desarrollado sobre el Impacto biomédico de los viajes en adultos mayores chilenos”*, en su revista, el autor concluyó lo siguiente:

En la última década se ha dado un aumento sostenido de Adultos mayores en Chile, por lo que genera necesidades de servicios médico- sociales. “Así nacieron los programas subvencionados de fomento de viajes para los Adultos Mayores, que fueron desarrollados en la década 1990-99 en Europa y en el año 2001 se iniciaron en Chile con el programa “Vacaciones de Tercera Edad en Baja Temporada” de SERNATUR.

Según Gabriela (2014) *“Estudio de usos e interpretaciones del programa Centro del Adulto Mayor – EsSalud de Villa María del Triunfo y las experiencias de envejecimiento de sus usuarios, el Programa de Estilos de vida para un envejecimiento activo”*, en el presente informe, el autor concluyó lo siguiente:

Trasferir capacidades y conocimientos a las PAM a fin de incrementar su autoestima e independencia física, mediante prácticas de hábitos y estilos de vida positivos”. Incluye los talleres de educación emocional, memoria, autocuidado, artísticos, cultura física, de actualización cultural, servicios de turismo social,etc.

Los programas enfocados a la mejoría del estilo de vida de los adultos mayores, son necesarias para desarrollar y fortalecer en ellos las capacidades físico emocionales, por lo que desarrollar programas que fomenten los viajes, talleres que mejoren la memoria, cultura e interpretación de costumbres, degustación de platos típicos, forman parte de una estrategia a aplicar para el buen envejecimiento activo de los adultos mayores en un determinado espacio geográfico.

Según Duarte Torres (2015) “*Terapia ocupacional, El Turismo una opción de Ocupación en la Vejez*”, en la mencionada revista científica, el autor concluyó lo siguiente:

La investigación tuvo como objetivo “establecer la incidencia del tiempo libre en la vejez y el soporte normativo sobre el tema... Esta información se orientó hacia el análisis de la relación existente entre el turismo y el adulto mayor bajo el modelo Ocupación- Persona- Contexto (Baum, Bass-Haugen y Christiansen, 2005)”. El resultado obtenido de la investigación de Duarte afirma la existencia de una amplia normatividad que sustenta la actividad turística, se ha concebido como una ocupación, así este tipo de turismo es entendido como una alternativa de actividad de tiempo libre para los adultos mayores.

Según Pardo Robles (2014) “*El estilo de vida y estado nutricional del adulto mayor*”, en el informe de investigación, el autor concluyó lo siguiente:

Ambos factores son importantes para el mantenimiento de la salud del adulto mayor, siendo esta una población que día a día demanda más atención.

El estilo de vida es la forma de vida de las personas o de los grupos. A pesar de no existir una definición unánime, la mayoría de los autores define a los estilos de vida como un conjunto de patrones conductuales que una persona en concreto pone en práctica de manera consistente y mantenida en su vida cotidiana y que puede ser pertinente para el mantenimiento de su salud y puede estar en situación de riesgo para la enfermedad; es decir, posee repercusiones importantes para la salud.

Según Silvia Urrutia Mundaca (2015) “*Calidad del cuidado de enfermería y satisfacción del usuario adulto del servicio de emergencia del hospital la caleta – Chimbote. 2015*”, en su revista científica, la autora concluyó lo siguiente:

La mayoría de los usuarios adultos manifiestan una calidad buena del cuidado de enfermería y estar satisfecho con el cuidado de enfermería. Existe relación estadísticamente significativa entre la calidad total del cuidado de Enfermería con la satisfacción del usuario del servicio de emergencia del hospital La Caleta.

En la mayoría de las dimensiones de calidad del cuidado de Enfermería: Se relacionan con la satisfacción del usuario adulto con significancia estadística en las dimensiones de relaciones interpersonales, información, competencia científico-técnico y comodidad, seguridad y confianza, probándose la hipótesis propuesta Hi2.

En la mayoría de las dimensiones de satisfacción: Los usuarios adultos manifiestan estar satisfechos en las dimensiones: Competencia científico técnica, relaciones interpersonales, comodidad seguridad con una buena calidad del cuidado de enfermería.

1.1.2. Fundamentación Científica:

Marco Teórico

a. Modelo SERVQUAL

El modelo SERVQUAL desde los estudios formales de calidad del servicio, tienen su inicio con los trabajos de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) en los que se destaca que los servicios presentan una mayor problemática para su estudio pues poseen tres características que los diferencian ampliamente de los productos: Intangibilidad, heterogeneidad e inseparabilidad:

- ✓ Intangibilidad.- Por intangibilidad entendemos la cualidad de los servicios por la que no es fácil contarlos, medirlos, inventariarlos, y verificarlos o probarlos antes de entregarlos para asegurar su calidad.
- ✓ Heterogeneidad.- La mayoría de los servicios, especialmente aquellos con gran contenido de trabajo humano, son heterogéneos, esto quiere decir que a menudo su desempeño varía de proveedor a proveedor, de cliente a cliente y de tiempo a tiempo. La consistencia del comportamiento de un servicio casi personal es difícil de asegurar porque lo que la empresa intenta entregar puede ser enteramente diferente a lo que el cliente recibe.
- ✓ Inseparabilidad.- La producción y el consumo de la mayoría de los servicios son inseparables, a consecuencia de lo anterior la calidad de los servicios no se hace en el departamento de ingeniería de una planta de manufactura (donde se podría controlar desde su concepción hasta su entrega), sino se entrega intacta al cliente.

En función de lo anterior Parasuraman supone que:

1. Al cliente le es más difícil de evaluar la calidad del servicio que la calidad de los productos.
2. La percepción de la calidad del servicio es el resultado de una comparación del cliente con el desempeño actual del servicio.
3. Las evaluaciones del servicio no se hacen solamente a la entrega de este, sino también en el proceso de realización de este.

Según el Instituto de Estudios Turísticos Secretaria de Estado de Comercio Turismo y Pymes, en su publicación “HOTELQUAL: UNA ESCALA PARA MEDIR CALIDAD PERCIBIDA EN SERVICIOS DE ALOJAMIENTO”; se tomó como punto de partida la escala SERVQUAL, cuyo objetivo fue elaborar una escala para medir la calidad percibida por los clientes de servicio de alojamiento. Las limitaciones del modelo de Servqual en la aplicación al sector hotelero, se pone en manifiesto, al verse en la necesidad de adaptar los ítems cambiando la redacción de algunos o añadiendo otros, para poder reflejar las características específicas de cada servicio; en segundo lugar se debe comprobar la validez de la estructura de cinco dimensiones que subsaye a la escala, ya que es posible que sea necesario añadir nuevas dimensiones según el caso del sector a evaluarse. El tercer limitante se centra en la comparación de percepciones y expectativas, en muchas investigaciones se han puesto de manifiesto los problemas referidas a las expectativas de los clientes.

MODELO DE LOS 5 FACTORES DE LA ESCALA SERVQUAL	Ponderación				
	1	2	3	4	5
T1. Las dependencias y equipamiento del edificio (ascensor, habitaciones, pasillos, etc.) están bien conservados.					
T2. Las diferentes dependencias e instalaciones resultan agradables.					
T3. El personal tiene un aspecto limpio y aseado.					
T4. Las instalaciones están limpias.					
T5. Las instalaciones son confortables y acogedoras (uno se siente a gusto en ellas).					
F1. Se presta el servicio según las condiciones contratadas.					
F2. Se resuelve de forma eficaz cualquier problema que pueda tener el cliente.					
F3. Se presta el servicio sin errores.					
F4. Los datos y la información sobre la estancia del cliente son correctos.					
F5. Los equipamientos (ascensores, luces, electrodomésticos y medios audiovisuales) funcionan correctamente.					
C1. Se consigue fácilmente cualquier información sobre los diferentes servicios que solicita el cliente.					
C2. Los diferentes servicios funcionan con rapidez.					
C3. El personal esta dispuesto a ayudar a los clientes.					
C4. Siempre hay personal disponible para proporcionar al cliente la información cuando la necesita.					
C5. Siempre hay alguna persona de la dirección a disposición del cliente para cualquier problema que pueda surgir.					
S1. El personal es de confianza, se puede confiar en ellos.					
S2. Se actúa con discreción y se respeta la intimidad del cliente.					
S3. El personal es competente y profesional.					
S4. Las instalaciones son seguras (cumplen las normas de seguridad).					
E1. Se proporciona una atención individualizada.					
E2. El personal se dirige al cliente por su nombre. Se presta un servicio personalizado.					

Fuente: Instituto de Estudios Turísticos

Elaboración Propia adaptada de Matriz de configuración de saturación factoriales tomando como referencia el modelo de 5 factores de la escala SERVQUAL.

Así, y con respecto a la medición de la calidad del servicio e identificación de sus dimensiones, el uso de la escala SERVQUAL ha sido la aproximación predominante, siendo aplicada (en su forma original o con modificaciones que la adapten a los diferentes subsectores analizados) en estudios sobre hoteles y alojamiento, restaurantes, parques nacionales de vida salvaje, casas históricas, negocio del ecoturismo, agencias de viajes; tour-operadores, estaciones de esquí, líneas aéreas, destinos turísticos y un abanico de subsectores del turismo.

Por lo que en el estudio Gestión de Calidad y Turismo: Revisión e Implicaciones para Futuras Investigaciones, (Serrano Bedia, López Fernández, & Gómez Lopez, 2007) “se considera que el método SERVQUAL necesita ser adaptado al contexto de turismo, es una herramienta de diagnóstico simple y útil para medir la calidad del servicio”.

La publicación hecha por la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, en su Revista de Análisis Turístico “Calidad de Servicio en la Industria Hotelera: Revisión de la Literatura”; los autores Fick y Ritchie (1991), “propusieron hacer una aplicación del instrumento SERVQUAL a la industria turística (tomaron como negocios las líneas aéreas, hoteles, restaurantes y estaciones de esquí).” Los objetivos que plantearon fueron: rehacer el estudio SERVQUAL con las particularidades de la industria turística, comparar los resultados en la propia industria turística y por ultimo reexaminar la aplicación de la escala de medida sugiriendo mejoras

o modificaciones. Analizando los resultados confirmaron los atributos del modelo SERVQUAL en la industria hotelera, jerarquizándolos en base a los resultados, se obtuvo:

- Fiabilidad: Confianza de los clientes en que van a obtener el servicio que el establecimiento les ha asegurado iba a ofrecer.
- Seguridad: Nivel de confianza que los empleados de este establecimiento transmiten a los clientes.
- Elementos tangibles.
- Capacidad de respuesta: la prontitud con la que se presta el servicio y la capacidad para reaccionar frente a una queja.
- La empatía.

b. Calidad de servicio

Venezolano (2007) los conceptos más sobresalientes, abordando temas como calidad, servicio, adulto mayor, satisfacción del cliente y programa.

Para la Organización Mundial del Turismo (OMT) la calidad del turismo es “el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, y de conformidad con los factores subyacentes que determinan la calidad tales como, la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural..

De la Torre Tejada (2011) la calidad en los servicios es determinada por cada cliente o usuario y esta basada totalmente en su percepción de la realidad, por lo que es resultado de la evaluación personal sobre el nivel de servicio que entiende ha recibido, comparado contra sus expectativas, pudiendo tener como resultado la satisfacción o insatisfacción.

El servicio es entendido como un valor agregado al producto ofrecido que cree dentro del mercado una diferenciación clave entre una empresa y otra , iniciado el proceso de elección del cliente entre los productos o servicios similares, este no solo toma en cuenta el precio sino más bien, busca el “plus adicional” que se ajuste más a su conveniencia.

Grande Esteban (2005) “Un servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra. Es esencialmente intangible y no se puede poseer. Su producción no tiene por qué ligarse necesariamente a un producto físico (Kotler et al.,1995)”.
En el trabajo calidad del servicio de salud: una revisión a la literatura desde la perspectiva del marketing.

Losada Otarola & Rodriguez Orejuela (2007) señala que; “La calidad de servicio es un área de interés para investigadores y gerentes, debido a su impacto en el desempeño de los negocios, la reducción de los costos, la lealtad del cliente y la rentabilidad; debido a esta tendencia surge el modelo de competencia administrada, que entrega a las fuerzas del mercado la administración de los servicios de salud, obliga a los proveedores locales a competir por calidad, precio y satisfacción del mercado (Guzmán, 2005)”.

La visión objetiva de la calidad de servicio manifiesta que dado su inmaterialidad, los servicios requieren una activa interacción entre comprador y proveedor. Esta relación origina el concepto de calidad del servicio percibido, lo que conlleva formular el concepto de calidad de servicio desde la óptica del cliente.

c. Adulto mayor

OMS (2004) “Según el artículo publicado en la Red Nacional de Actividad Física y Desarrollo Humano, (Moro Marcelo) “Se dice que son aquellas personas que alcanzan una edad en la que deben abandonar formalmente la etapa laboral”.

Dada la definición de adulto mayor funcionalmente sano por la Organización Panamericana de la Salud, lo define de la siguiente manera: (OPS)“Aquel capaz de enfrentar el proceso de cambio en la vejez con un nivel adecuado de adaptabilidad y satisfacción personal”.

El siglo XXI plantea que las sociedades en promedio de envejecimiento se preparen adecuen y gestionen sus recursos individuales y colectivos (Servicios sociales, asistenciales, salud y educación), la cultura de la prevención frente a estas amenazas que provocan la vulnerabilidad social en la vejez, debe gestarse por medio de la participación social de los adultos mayores en el intercambio de experiencias, información, consejos, ofreciendo apoyo entre otros. Estas acciones se ven convertidas en una estrategia de afrontamiento frente a los problemas que el adulto mayor percibe en su realidad.

Demográficamente, dentro de la política nacional del Adulto Mayor en Chile, se plantea como objetivo “Lograr un cambio cultural que de un mejor trato a la población adulta”, por su parte el sector salud ha desarrollado una política cuyos objetivos principales están enfocados al mantenimiento de la funcionalidad y reducción de la mortalidad de los adultos mayores.

d. Satisfacción del cliente

Dutka (1998) La satisfacción del cliente es una preocupación que va en aumento entre las organizaciones empresariales alrededor de todo el mundo, por lo que, los consumidores hoy en día, exigen que tanto los productos como servicios adquiridos, cumplan y satisfagan sus expectativas; para ello los clientes esperan que los productos o servicios tengan un rendimiento sobresaliente esperando que la calidad óptima percibida sea complementada por precios regularmente bajos.

Es entendida, que la satisfacción del cliente, forma parte de la administración de la calidad total, por lo que fija expectativas, pautas y exigencias de rendimiento que conduce a la administración desde un punto de vista total, hacia la calidad. Con lo que respecta al Manual de AMA (American Marketing Association) para la Satisfacción de cliente; indica que, “Las primeras investigaciones acerca de la satisfacción del cliente señalaron que tanto los clientes satisfechos como los que no lo están influyen de manera decisiva sobre el desempeño básico de las empresas. A continuación enumeramos tres de esas conclusiones”

- Cien clientes satisfechos producen 25 nuevos clientes.
- Por cada queja recibida, existen otros 20 clientes que opinan lo mismo pero no se molestan en presentar la queja.
- El coste de conseguir un nuevo cliente equivale a cinco veces el de mantener satisfecho al que ya está ganado.

No cabe duda que los datos anteriormente mencionados, dejan un mensaje claro: los clientes satisfechos mejoran el movimiento del negocio y los insatisfechos lo empeoran.

La satisfacción es un concepto multidimensional compuesto por varios factores, basados esencialmente en experiencias con los empleados que prestan el servicio y con otros elementos tangibles e intangibles, otros autores definen a la satisfacción como una evaluación post consumo siendo este el resultado de procesos psicosociales de carácter cognitivo y afectivo destacándose la percepción de la calidad; por otra parte la calidad de servicio percibida es un antecedente de la satisfacción.

Hoy en día, el incremento de la competencia al que se ven sometidas las empresas del sector terciario, requieren que estas implementen estrategias que les permitan alcanzar ventajas competitivas sostenibles en relación a la competencia, por ello las estrategias a implementarse en las empresas debe de conseguir la satisfacción a largo plazo del cliente, a través de proporcionarle un servicio capaz de solucionar sus necesidades de forma más efectiva y eficiente que los competidores, facilitando de este modo la lealtad de la clientela.

Suárez Álvarez, Vázquez Casielles, & Días Martín (2007) menciona a la satisfacción según Anderson (1994) como “una evaluación global basada en la experiencia total de la compra y consumo de un bien o servicio a lo largo del tiempo”.

Dentro del sector turístico, la satisfacción del consumidor debe ser analizada en sus relaciones con hoteles, agencias de viaje e incluso con atracciones turísticas, dado que resulta fundamental distinguir entre servicio básico y servicios adicionales, este plus adicional permite ser la causa principal de la satisfacción para el cliente.

e. Programa

La persona adulta mayor requiere atender sus necesidades y realizar sus proyectos personales, para ello resulta importante comprometer a las autoridades mediante la creación e implementación de políticas públicas. En el año 2014, el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables elaboro el segundo plan nacional para las PAM, para los años 2013-2017, dentro de esta iniciativa se estipularon distintos programas que busquen abordar la problemática del envejecimiento; desde aliviar la situación de los adultos mayores que se encuentren en extrema pobreza hasta los programas de adulto mayor y los centros integrales del adulto mayor (CIAM), de lo cual su única función es brindar servicios y actividades para el uso del tiempo libre y socialización de los adultos mayores.

Garcés & Ferri (2012) según el estudio (Functional Health for Elderly People Related to Social Tourism Policy Promotion) – “Beneficios para la salud de los ancianos relacionados con la política de promoción del turismo social”; respecto a este estudio de la Universidad de Valencia, España, la política de turismo social tiene como principal objetivo aumentar la calidad de vida y el bienestar de ciudadanos, haciendo que el turismo sea accesible a personas con necesidades especiales, generándose al mismo tiempo salud y beneficios sociales...

Ferri, Dura, & Garces (2013) asimismo se ha encontrado una relación positiva entre el turismo y los grupos de personas con discapacidad promoviéndose mejoras en la eficiencia física y sentimientos de autosuficiencia, del mismo modo otros estudios vinculados a la participación del turismo en la salud, como es el caso de las personas mayores participes de programas al turismo.

No cabe duda, que el estado actual de las personas mayores en relación con la actividad física y el sedentarismo, va en decaimiento, en este sentido la práctica de la actividad física en el colectivo de las personas mayores debe convertirse en una obligación, por lo que se considera de vital importancia la presencia de programas de actividad física dirigidos a este sector de la población.

Herrera Molina, Muñoz Mayorga, Martín Galán, & Cid Gala (2011) La promoción de la autonomía personal deben fomentarse con programas que mejoren la capacidad funcional (física, cognitiva, social, psicoafectiva) y con actuaciones que eliminen barreras que dificultan la vida independiente.

Para contrarrestar el sedentarismo en los adultos mayor es necesario enfatizar en un listado de programas que ayudan a mejorar la actividad en ellos, los cuales destacan: Programa de turismo social (vacaciones IMSERSO), programa de termalismo social/balneoterapia, ocio activo(baile, teatro, música, pintura) programa de acompañamiento, universidad de la experiencia/universidad de mayores, taller de memoria, taller de cálculo, actividades físicas y deportivas, iniciación a la informática, voluntariado social. Taller de psicomotricidad, podología y servicio de comida a domicilio.

Herrera Molina, Muñoz Mayorga, Martín Galán, & Cid Gala (2011) según este estudio los programas tienen las siguientes características:

- Es necesario un análisis de las necesidades previo a la implantación del programa, para lo cual es muy importante implicar a expertos, organizaciones o asociaciones de mayores que garanticen un detallado análisis de las necesidades.
- En los colectivos de mayores y debido a la variabilidad intrasujetos, el éxito de los programas depende de su especificidad.

- Es importante tener en cuenta los diferentes aspectos socioculturales (sexo, cultura, religión, idioma, situación familiar, experiencias vitales, formación anterior). Es especialmente necesario crear un entorno social seguro para que los mayores puedan beneficiarse de los programas.
- La elección del lugar para la intervención es muy importante. En general, los programas que tienen más éxito se desarrollan en el entorno comunitario.
- El éxito de los programas depende del grado de cooperación y colaboración de los distintos sectores y a todos los niveles.
- El éxito de las iniciativas depende en gran medida del grado de participación de las personas mayores en la planificación, la ejecución y la evaluación. Es necesario que los programas tengan un carácter repetitivo y alcancen un alto grado de sensibilización y toma de conciencia.
- La figura del orientador puede llegar a facilitar la adaptación de los mayores a los programas.

f. Programa de turismo social

La Resolución de Gerencia Central de Prestaciones Económicas y Sociales N°37 – GCPE y S- ESSALUD-2014, establece las “Normas para desarrollar la actividad de Turismo Social de las Personas Adultas Mayores de los centros del Adulto Mayor de Essalud” como una guía metodológica para la implementación del Programa de Turismo Social.

El programa de turismo social en EsSalud se realiza bajo la modalidad “Cofinanciada”, en la que la institución cubre los costos del transporte y los adultos participantes lo que concierne al hospedaje y alimentación, así mismo EsSalud participa con los servicios de atención personalizada en el proceso de la actividad

turística.

Dentro de las normas para desarrollar la actividad de turismo social de las personas adultas mayores de los centros del adulto mayor de EsSalud; se encuentra estipulado considerar las condiciones climatológicas y accesibilidad de cada destino a fin de planificar las actividades turísticas en un ambiente propicio que no quebrante la seguridad y bienestar de los afiliados participantes; los traslados al destino principal del tour ejecutado por vía terrestre se efectúan en horario diurno y no deben de superar las 08 horas continuas de viaje, por lo que se debe prever el hospedaje adecuado para el pernocte y por consiguiente el descanso de los pasajeros, priorizar la seguridad y la calidad que ofrecen los proveedores de servicios turísticos contratados a favor de los participantes; verificar que los servicios de transporte terrestre y aéreo, cuenten con una póliza de seguro vigente; en referencia al servicio de un guía oficial de turismo, este debe estar acreditado por el órgano competente, cuyos servicios pueden ser tomados en la ciudad de destino.

Los requisitos para participar en las actividades del Programa de turismo social es ser afiliado del CAM, considerar su participación en el CAM como activo, cubrir en la fecha prevista los gastos que le corresponden a los servicios turísticos establecidos, cumplir con el examen médico, previo a cada viaje, respetar y cumplir con el reglamento del viajero.

Con referencia al procedimiento para la ejecución de las actividades:

- De la convocatoria e inscripción de participantes al programa; se publica el itinerario detallado del viaje programado; se convoca a reunión de afiliados del CAM, para dar en conocimiento el itinerario a cumplir, costo por persona, número máximo de participantes a inscribirse; se coordinan, selecciona y efectúa la reserva de servicios a utilizar durante el viaje en establecimientos que garanticen seguridad, comodidad, accesibilidad, buen trato y principios básicos de calidad; de igual manera se elabora el costo detallado por día de viaje y por último se difunde a los afiliados el Reglamento del Viajero.
- De la organización y ejecución; antes de la realización de la actividad turística se debe contar con los siguientes documentos: copia de la póliza de seguro del transporte terrestre y de la tarjeta de circulación vehicular. Manifiesto de pasajeros, el itinerario detallado del tour a realizar especificando los teléfonos de contacto, contar con los contratos celebrados con los prestadores de servicios.
- En los viajes o excursiones de transporte fluvial y/o ferroviario debe consignarse el expediente de la copia de ticket grupal del transporte o reserva otorgados por la compañía contratada. En excursiones locales, es conveniente contar con profesionales que desarrollen actividades físico recreativas y de entretenimiento que complementen la actividad turística.
Para los viajes interprovinciales y nacionales se cuenta con un profesional médico o de enfermería colegiado y en actividad, en excursiones locales se ha de contar con los servicios de un técnico en enfermería.
- Del monitoreo y evaluación del programa de turismo; durante el viaje se aplica a los participantes la “Encuesta de satisfacción”, que es procesada por el profesional responsable del CAM, que

a su vez es enviada a la Jefatura de Unidad de Prestaciones Económicas y Sociales de la jurisdicción perteneciente.

1.2 Justificación de la investigación

Justificación teórica

El desarrollo de esta investigación tiene como propósito aportar conocimiento sobre como el modelo SERVQUAL al cliente, influye en su satisfacción; además de proporcionar resultados para determinar si se necesita mejorar o implementar un buen servicio al cliente, ya que se estaría proporcionando información veraz.

Justificación práctica

Esta investigación, está orientada a evaluar la calidad de servicio que influyen en la satisfacción del cliente, a fin de proporcionar recomendaciones a las empresas para que estas tomen las decisiones pertinentes que generen valor para los clientes, y a su vez rentabilidad a las empresas.

Justificación metodológica

La elaboración de esta investigación será aplica mediante el modelo SERVQUAL que permitirá obtener resultados para que sean tomados en cuenta por las empresas, respecto a la satisfacción de sus clientes.

1.3 Problema

¿Cómo influye la aplicación del modelo SERVQUAL, en el nivel de satisfacción del servicio, en los adultos mayores del Programa de Turismo Social de EsSalud, Chimbote 2017?

1.4 Conceptuación y Operacionalización de las variables

1.4.1. Marco conceptual

Modelo SERVQUAL: Instrumento, en forma de cuestionario, cuyo propósito es evaluar la calidad de servicio ofrecida por una organización. Utiliza un cuestionario tipo que evalúa la calidad de servicio a lo largo de cinco dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles.

Calidad de servicio: La calidad en el servicio es una evaluación dirigida que refleja las percepciones del cliente. Es una de las organizaciones privadas, públicas y sociales que implementan para garantizar la plena satisfacción de sus clientes, tanto internos como externos, ésta satisfacción es importante para que los clientes continúen consumiendo el producto o servicio ofrecido y no solo eso, que recomienden a otros clientes.

Satisfacción del cliente : Es una función de la valoración de los clientes de la calidad del servicio, la calidad del producto y el precio. Es una medida de cómo los productos y servicios suministrados por una empresa cumplen o superan las expectativas del cliente.

Expectativa: Señalan que las expectativas “son los estándares o puntos de referencia del desempeño contra los cuales se comparan las experiencias del servicio, y a menudo se formulan en términos de lo que el cliente cree que debería suceder o que va a suceder”.

Servicio : Cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a la otra y que es básicamente intangible y no tiene como resultado la propiedad de algo.

Satisfacción : Consideró que la satisfacción era una reacción emocional del consumidor en respuesta a la experiencia con un producto o servicio. Se define como "el número de clientes, o el porcentaje del total de clientes,

cuyo reporte de sus experiencia con una empresa, sus productos, o sus servicios (índices de calificación) superan los niveles de satisfacción establecida.

1.4.2 Operacionalización de las variables

Variable independiente: Modelo SERVQUAL

Variable dependiente: Satisfacción del cliente.

1.4.3. MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
<p>MODELO SERVQUAL Instrumento, en forma de cuestionario, cuyo propósito es evaluar la calidad de servicio ofrecida por una organización. Utiliza un cuestionario tipo que evalúa la calidad de servicio a lo largo de cinco dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles. (Parusaraman, Zeithaml y Berry 1985).</p>	<p>Tangibilidad Cuándo se puede tocar y comprobar y, por extensión, cuando algo resulta evidente. En otras palabras, lo tangible es todo aquello que podemos percibir a través de nuestros sentidos.</p>	Instalaciones	<p>¿Las dependencias y equipamientos del hospedaje (ascensor, habitaciones, pasillos, etc.) estaban bien conservados? ¿Las diferentes instalaciones del hospedaje resultaban agradables y bien cuidados?</p>
		Limpieza	<p>¿El personal de servicio tenía un aspecto limpio y aseado? ¿Las instalaciones de los distintos servicios (restaurante, hotel, transporte) estaba limpio?</p>
		Comodidad	<p>¿Las instalaciones de los servicios eran confortables y acogedoras (uno se siente a gusto en ellas)? ¿Se brindó el servicio ofrecido según las condiciones contratadas?</p>
	<p>Fiabilidad Se utiliza para calificar a aquel o aquello que brinda seguridad, ofrece garantías o resulta confiable.</p>	Eficacia	<p>¿El personal resolvía de manera eficaz cualquier problema que pudo tener el cliente? ¿Se prestó los servicios sin errores? ¿Los equipamientos del hospedaje (ascensores, luces, electrodomésticos y medios audiovisuales) funcionaban correctamente? ¿Se consiguió fácilmente los diferentes servicios que solicitó el cliente?</p>
		Eficiencia	<p>¿Los diferentes servicios funcionaron con rapidez? ¿El personal siempre estuvo dispuesto a ayudar a los clientes? ¿Siempre había un personal encargado a disposición del cliente para cualquier problema que podría surgir? ¿Siempre había un personal disponible para brindar al cliente la información cuando la necesitaba?</p>

	<p>Seguridad</p> <p>Realza la propiedad de algo donde no se registran peligros, daños ni riesgos. Una cosa segura es algo firme, cierto e indubitable. La seguridad, por lo tanto, puede considerarse como una certeza.</p>	<p>Confiabilidad</p> <p>¿El personal de servicio brindó seguridad y confianza? ¿El personal actuó con discreción y respetó la intimidad del cliente?</p>
	<p>Profesionalidad</p> <p>¿El personal fue competente y profesional?</p>	
	<p>Seguridad</p> <p>¿Las instalaciones de los distintos servicios (hotel, transporte, restaurante) cumplieron con las normas de seguridad?</p>	
	<p>Amabilidad</p> <p>¿Se proporciona una atención individualizada? ¿El personal de servicio se dirigía al cliente con amabilidad, se prestaba un servicio rápido y ágil?</p>	
	<p>Comunicación</p> <p>¿El personal estaba atento a sus necesidades?</p>	
	<p>Necesidades</p> <p>¿Los horarios de los diferentes servicios se adaptaban a las necesidades del cliente? ¿Los accesos a las visitas fueron medios facilitadores (su localización, parking...)?</p>	
	<p>Empatía</p> <p>Es la intención de comprender los sentimientos y emociones, intentando experimentar de forma objetiva y racional lo que siente otro individuo.</p>	<p>Personalización</p> <p>¿El personal de servicio se preocupó por resolver cualquier inconveniente?</p>

**SATISFACCION
DEL CLIENTE**

Es una función de la valoración de los clientes de la calidad del servicio, la calidad del producto y el precio.
(Zeithaml – Bitner – Gremler 1993)

<p>Rendimiento percibido Se refiere al desempeño que el cliente considera haber obtenido después de adquirir un producto o servicio, es decir, es el resultado que el cliente “percibe” que obtuvo del producto o servicio que adquirió.</p>	Desempeño	¿Se siente conforme con el desempeño brindado por el personal de servicio?	
	Resultado	¿Se le brindó un adecuado servicio en su estadía?	
	<p>Las expectativas Resulta ser el sentimiento de esperanza, ilusión, que experimenta un individuo ante la posibilidad de poder lograr un objetivo o cualquier otro tipo de conquista en su vida.</p>	Experiencias	¿El servicio que se le brindó fue el esperado y cumplió con sus expectativas?
		<p>Niveles de satisfacción Existen cuatro niveles en la satisfacción de nuestros clientes, todos basados en el grado en que cumple con sus expectativas. En cuanto en mayor grado lo consigas, aumentarás la fidelización de tus clientes y por lo tanto venderás más.</p>	Insatisfacción Satisfacción
	Complacencia		¿Sintió usted que el servicio ofrecido superó sus expectativas?

1.5 Hipótesis

La aplicación del modelo SERVQUAL, influye significativamente en el nivel de satisfacción del servicio, en los adultos mayores del Programa de Turismo Social de EsSalud, Chimbote 2017.

1.6 Objetivos

1.6.1. Objetivo general

Analizar y determinar cómo influye la aplicación del modelo SERVQUAL, en el nivel de satisfacción del servicio, en los adultos mayores del Programa de Turismo Social de EsSalud, Chimbote 2017?

1.6.2. Objetivos específicos

- Analizar si el modelo SERVQUAL, se está aplicando o se ha aplicado, en los adultos mayores del programa turismo social de EsSalud, Chimbote 2017.
- Analizar el nivel de satisfacción del servicio, en los adultos mayores del programa turismo social de EsSalud, Chimbote 2017.
- Determinar la asociación o relación entre el modelo SERVQUAL y el nivel de satisfacción del servicio, en los adultos mayores del programa turismo social de EsSalud, Chimbote 2017.

CAPITULO II: METODOLOGÍA

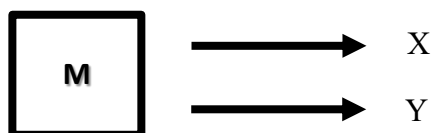
2.1 Tipo y Diseño de investigación

Tipo de Investigación

De acuerdo al problema planteado y a los objetivos formulados, el tipo de investigación fue descriptiva; debido que se observó y describió el comportamiento de las variables sin influir sobre ellas.

Diseño de la Investigación

El diseño en esta investigación fue: No experimental de corte transversal No experimental, porque no se manipuló las variables de estudio; y Transversal; porque los datos se recolectó en un solo momento en el tiempo, sin alterar sus condiciones existentes.



Dónde:

M= Muestra de la investigación

X= Calidad de Servicio

Y= Satisfacción del Cliente

2.2 Población y Muestra

Población

Estará constituida por los adultos mayores que están registrados en la base de datos de EsSalud, equivalente a 235; de los cuales solamente asisten al programa 60 adultos mayores; por tanto la población de estudio serán las 60 personas que asisten regularmente al programa.

Muestra

Con la finalidad de mejorar los resultados del estudio, no se ha considerado muestra.

2.3. Técnicas e instrumentos de investigación

Técnicas

Se utilizó una encuesta con el cuál se determinó las percepciones sobre el servicio recibido en relación a la satisfacción o insatisfacción del adulto mayor.

Instrumentos

Se utilizó un cuestionario adaptado al modelo SERVQUAL, debidamente estructurada cuyas preguntas sirvió para recolectar datos de las variables de estudio.

Para su validación se recurrió al “Juicio de Expertos” .

2.4 Procesamiento y análisis de la información

Los datos obtenidos fueron procesados en el software SPSS, versión 21. Los resultados de ese proceso fueron tabulados, analizados e interpretados a través de tablas y figuras estadísticas debidamente estructurados según las técnicas de presentación de resultados en Microsoft Excel. Estas figuras y tablas permitirán llegar a conclusiones y plantear las recomendaciones pertinentes.

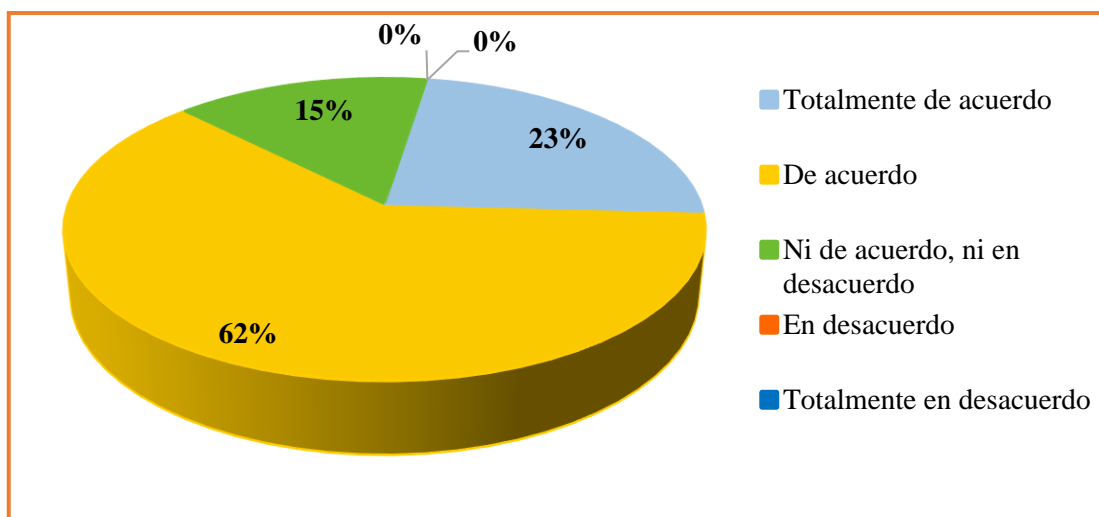
CAPITULO III: RESULTADOS

Tabla N° 01

Las dependencias y equipamientos del hospedaje (ascensor, habitaciones, pasillos, etc) estaban bien conservados

Alternativas	Encuestados	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	14	23%	23
De acuerdo	37	62%	85
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	9	15%	100
En desacuerdo	0	0%	
Totalmente en desacuerdo	0	0%	
Total	60	100%	

Fuente: Cuestionario



Fuente: Tabla 1

Figura N° 01

¿Las dependencias y equipamientos del hospedaje (ascensor, habitaciones, pasillos, etc) estaban bien conservados?

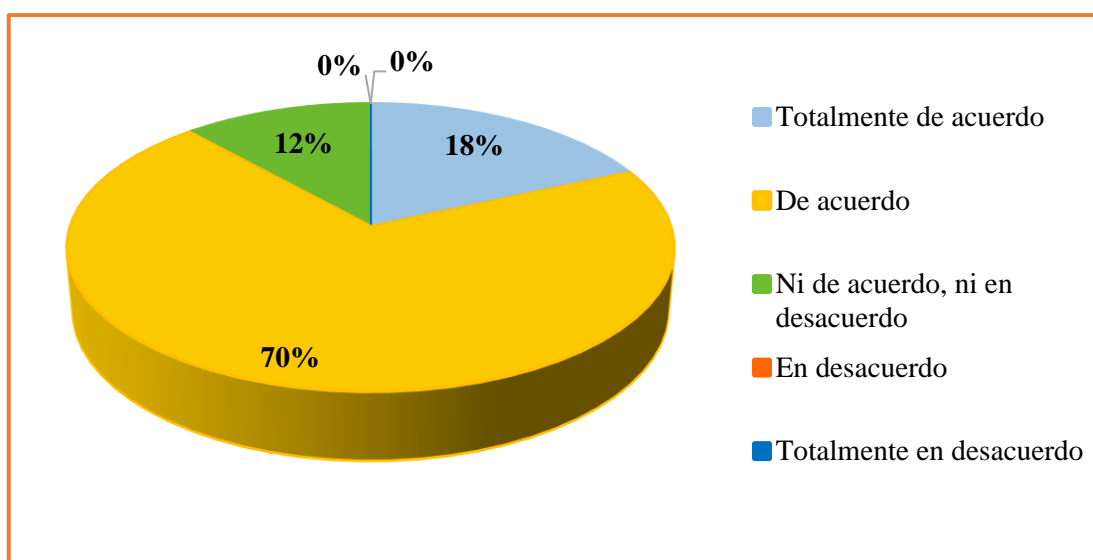
Interpretación: El 62% de los adultos mayores opinaron que estuvieron de acuerdo que las dependencias y equipamientos del hospedaje estaban bien conservados, un 23% estaban totalmente de acuerdo y un 13% estuvieron ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

Tabla N° 02

Las diferentes instalaciones del hospedaje resultaban agradables y bien cuidados

Alternativas	Encuestados	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	11	18%	18
De acuerdo	42	70%	88
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	7	12%	100
En desacuerdo	0	0%	
Totalmente en desacuerdo	0	0%	
Total	60	100%	

Fuente: Cuestionario



Fuente: Tabla 2

Figura N° 02

¿Las diferentes instalaciones del hospedaje resultaban agradables y bien cuidados?

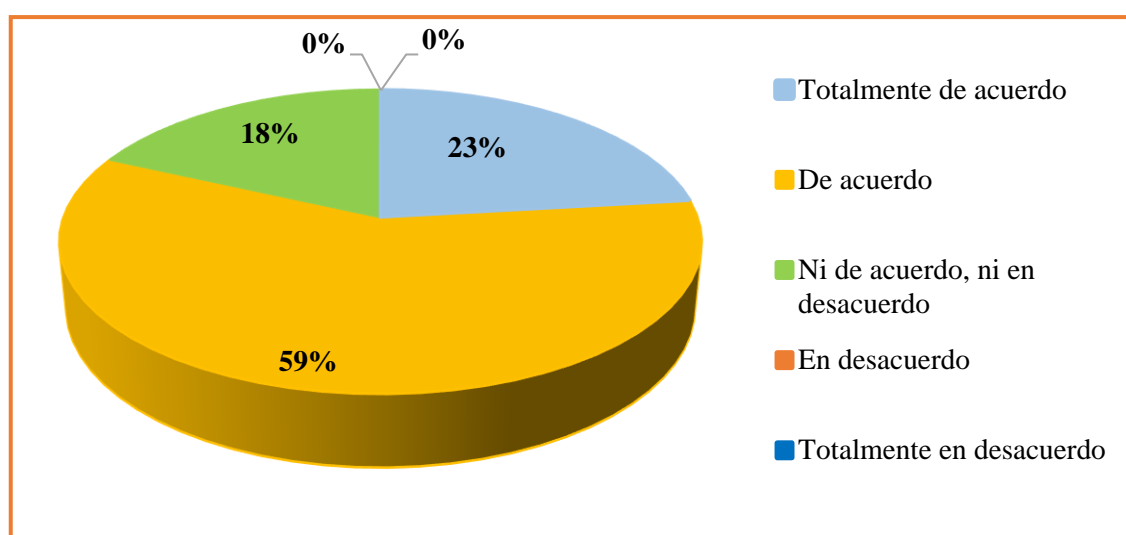
Interpretación: El 70% de los adultos mayores indicaron que estuvieron de acuerdo que las instalaciones del hospedaje resultaban agradables y bien cuidados, el 18% estuvieron totalmente de acuerdo; y el 12% estaban ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

Tabla N° 03

El personal de servicio tenía un aspecto limpio y aseado

Alternativas	Encuestas	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	14	23%	23
De acuerdo	35	59%	82
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	11	18%	100
En desacuerdo	0	0%	
Totalmente en desacuerdo	0	0%	
Total	60	100%	

Fuente: Cuestionario



Fuente: Tabla 3

Figura N° 03

¿El personal de servicio tenía un aspecto limpio y aseado?

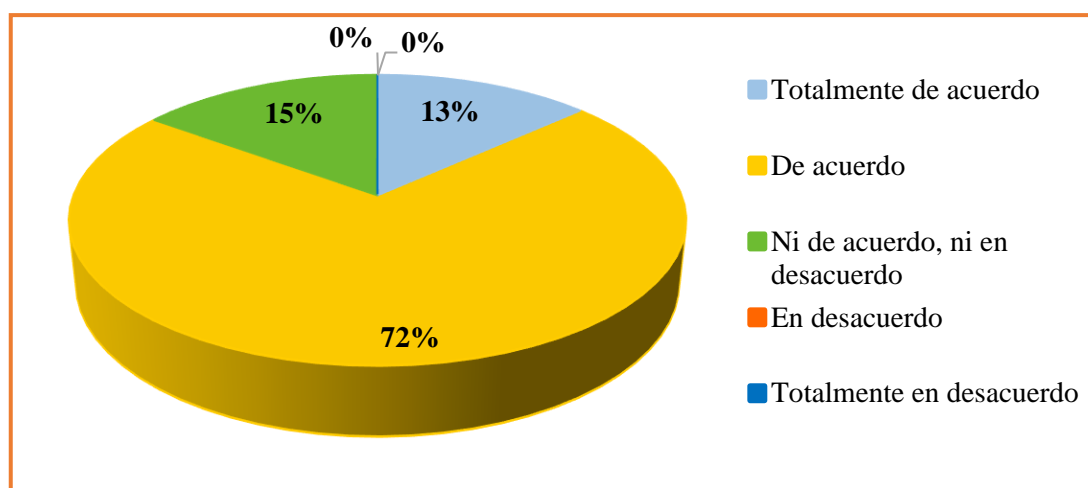
Interpretación: El 59% de los adultos mayores indicaron que estuvieron de acuerdo que el personal tuvo un aspecto limpio y aseado; el 23% estuvieron totalmente de acuerdo; y el 18% estuvieron ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

Tabla N° 04

Las instalaciones de los distintos servicios (restaurante, hotel, transporte) estaba limpio

Alternativas	Encuestados	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	8	13%	13
De acuerdo	43	72%	85
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	9	15%	100
En desacuerdo	0	0%	
Totalmente en desacuerdo	0	0%	
Total	60	100%	

Fuente: Cuestionario



Fuente: Tabla 4

Figura N° 04

¿Las instalaciones de los distintos servicios (restaurante, hotel, transporte) estaba limpio?

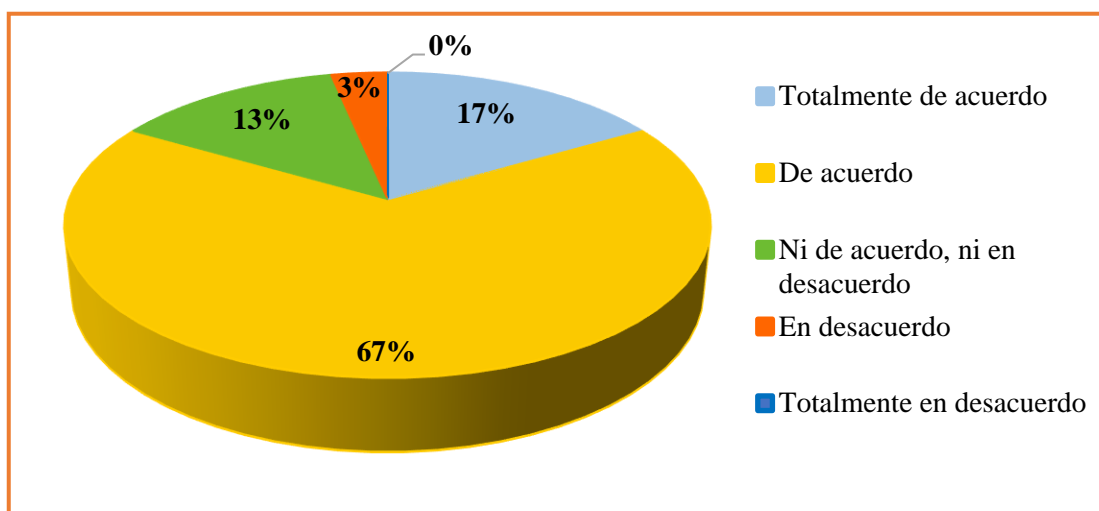
Interpretación: El 72% de los adultos mayores señalaron que estuvieron de acuerdo que las instalaciones de los servicios estaban limpios, mientras el 15% indicaron que estuvieron totalmente de acuerdo y el 13% indicaron que estuvieron ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

Tabla N° 05

Las instalaciones de los servicios fueron confortables y acogedoras (uno se siene a gusto en ellas)

Alternativas	Encuestas	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	10	17%	17
De acuerdo	40	67%	83
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	8	13%	97
En desacuerdo	2	3%	100
Totalmente en desacuerdo	0	0%	
Total	60	100%	

Fuente: Cuestionario



Fuente: Tabla 5

Figura N° 05

¿Las instalaciones de los servicios fueron confortables y acogedoras (uno se siene a gusto en ellas)?

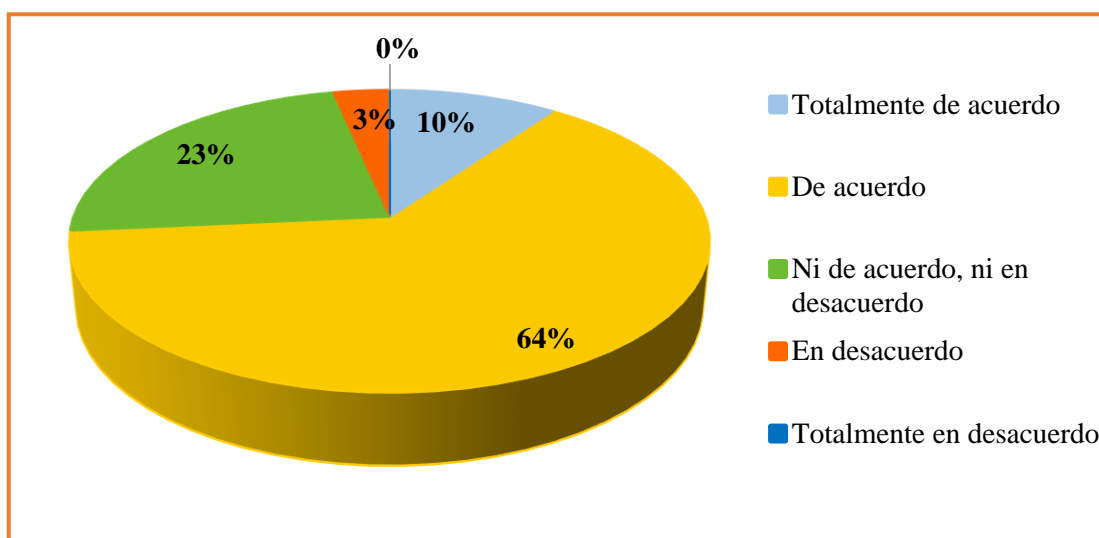
Interpretación: El 67% de los adultos mayores señalaron que estuvieron de acuerdo que las instalaciones de los servicios fueron confortables y acogedoras, mientras que el 17% señalaron que estuvieron totalmente de acuerdo, el 13% indicaron que estuvieron ni de acuerdo, ni en desacuerdo y el 3% indicaron que estuvieron en desacuerdo.

Tabla N° 06

Se brindó el servicio ofrecido según las condiciones contratadas

Alternativas	Encuestados	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	6	10%	10
De acuerdo	38	64%	74
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	14	23%	97
En desacuerdo	2	3%	100
Totalmente en desacuerdo	0	0%	
Total	60	100	

Fuente: Cuestionario



Fuente: Tabla 6

Figura N° 06

¿Se brindó el servicio ofrecido según las condiciones contratadas?

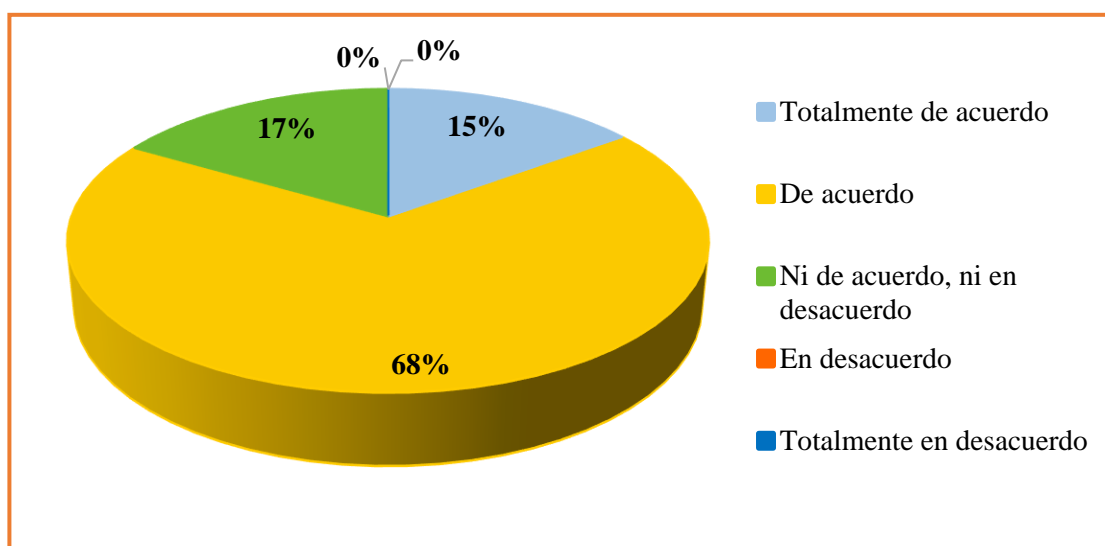
Interpretación: El 64% de los adultos mayores indicaron que estuvieron de acuerdo que se le brindó el servicio ofrecido según su contrato, mientras que el 23% indicaron que estuvieron ni de acuerdo, ni en desacuerdo; el 10% indicaron que estuvieron totalmente de acuerdo y el 3% indicaron que estaban en desacuerdo.

Tabla N° 07

El personal resolvió de manera eficaz cualquier problema que pudo tener el cliente

Alternativas	Encuestados	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	9	15%	15
De acuerdo	41	68%	83
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	10	17%	100
En desacuerdo	0	0%	
Totalmente en desacuerdo	0	0%	
Total	60	100%	

Fuente: Cuestionario



Fuente: Tabla 7

Figura N° 07

¿El personal resolvió de manera eficaz cualquier problema que pudo tener el cliente?

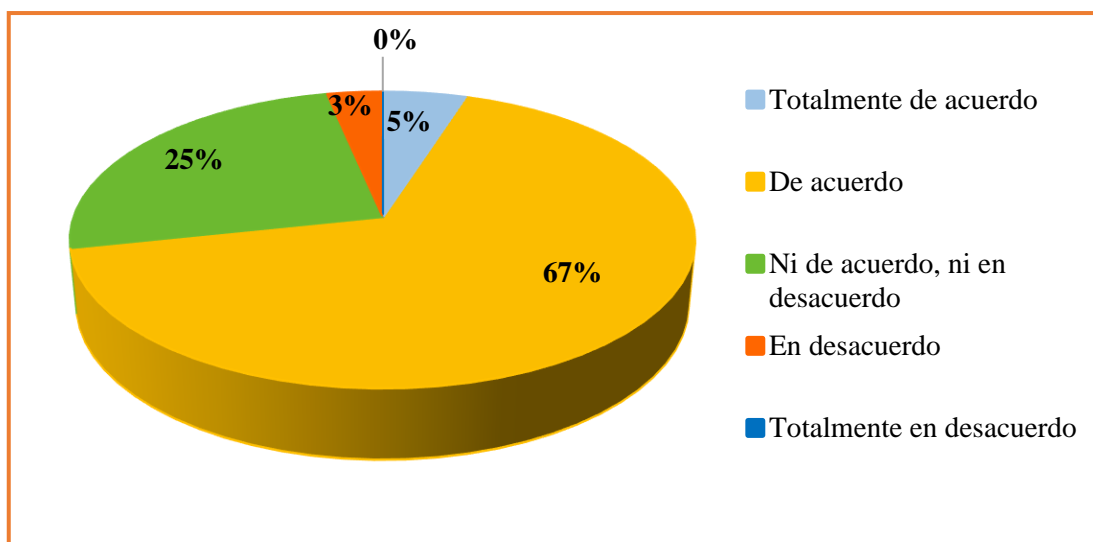
Interpretación: El 68% de los adultos señalaron que estuvieron de acuerdo que el personal resolvió de manera eficaz cualquier problema que pudo tener, mientras el 17% señalaron que estaban ni de acuerdo, ni en desacuerdo y el 15% indicaron que estaban totalmente de acuerdo.

Tabla N° 08

Se prestó el servicio sin errores

Alternativas	Encuestados	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	3	5%	5
De acuerdo	40	67%	72
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	15	25%	97
En desacuerdo	2	3%	100
Totalmente en desacuerdo	0	0%	
Total	60	100%	

Fuente: Cuestionario



Fuente: Tabla 8

Figura N° 08

¿Se prestó el servicio sin errores?

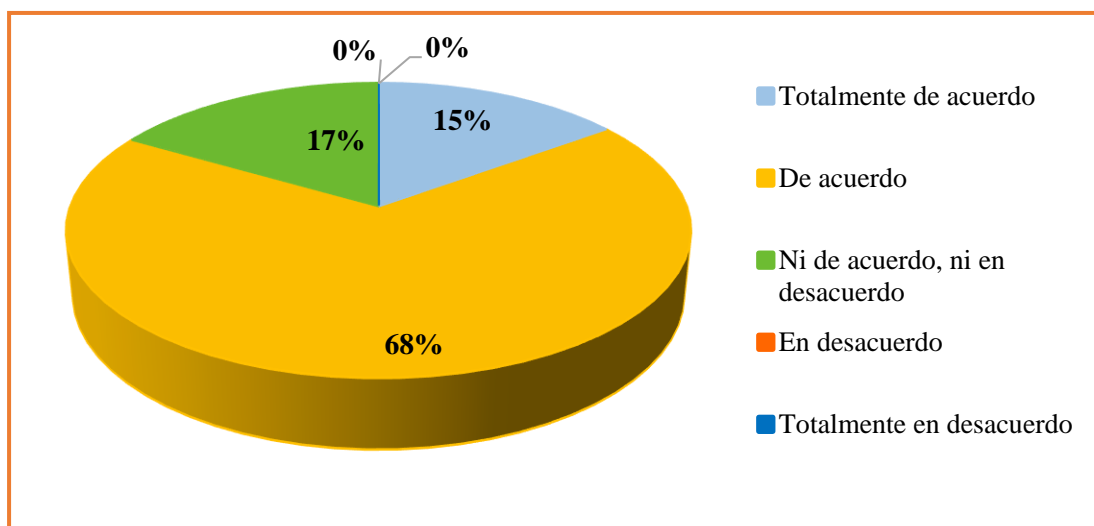
Interpretación: El 67% de los adultos mayores indicaron que estuvieron de acuerdo que el servicio se prestó sin errores, mientras el 25% señalaron que estaban ni de acuerdo, ni en desacuerdo; el 5% señalaron que estuvieron totalmente de acuerdo y un 3% señalaron que estuvieron en desacuerdo.

Tabla N° 09

Los equipamientos del hospedaje (ascensores, luces, electrodomésticos y medios audiovisuales) funcionaban correctamente

Alternativas	Encuestados	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	9	15%	15
De acuerdo	41	68%	83
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	10	17%	100
En desacuerdo	0	0%	
Totalmente en desacuerdo	0	0%	
Total	60	100	

Fuente: Cuestionario



Fuente: Tabla 9

Figura N° 09

¿Los equipamientos del hospedaje (ascensores, luces, electrodomésticos y medios audiovisuales) funcionaban correctamente?

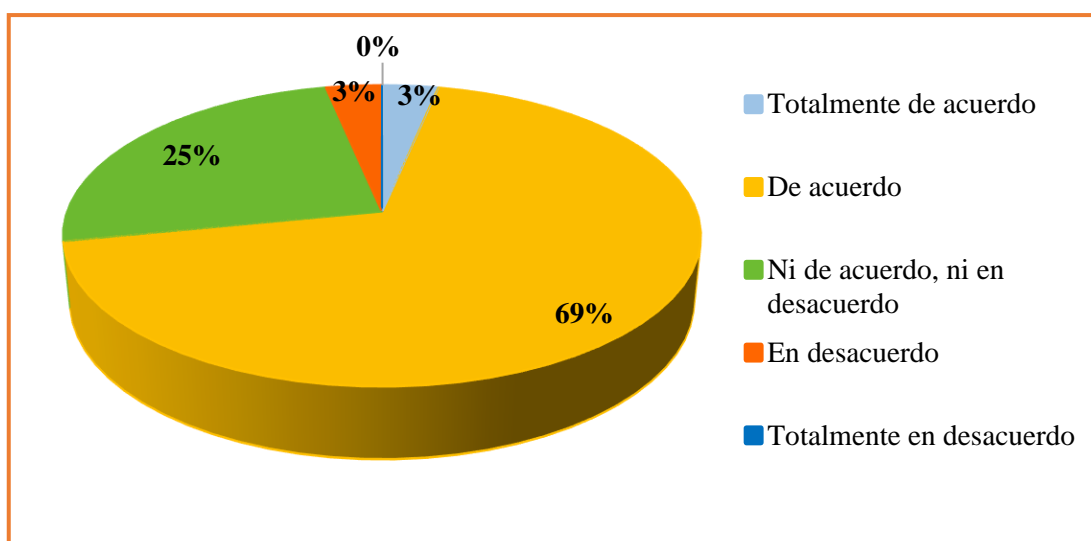
Interpretación: El 68% de los adultos opinaron que estuvieron de acuerdo que los equipamientos del hospedaje funcionaban correctamente, mientras el 17% opinaron que estaban ni de acuerdo, ni en desacuerdo y el 15% señalaron que estuvieron totalmente de acuerdo.

Tabla N° 10

Se consiguió fácilmente los diferentes servicios que solicitó el cliente

Alternativas	Encuestados	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	2	3%	3
De acuerdo	41	69%	72
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	15	25%	97
En desacuerdo	2	3%	100
Totalmente en desacuerdo		0%	
Total	60	100%	

Fuente: Cuestionario



Fuente: Tabla 10

Figura N° 10

¿Se consiguió fácilmente los diferentes servicios que solicitó el cliente?

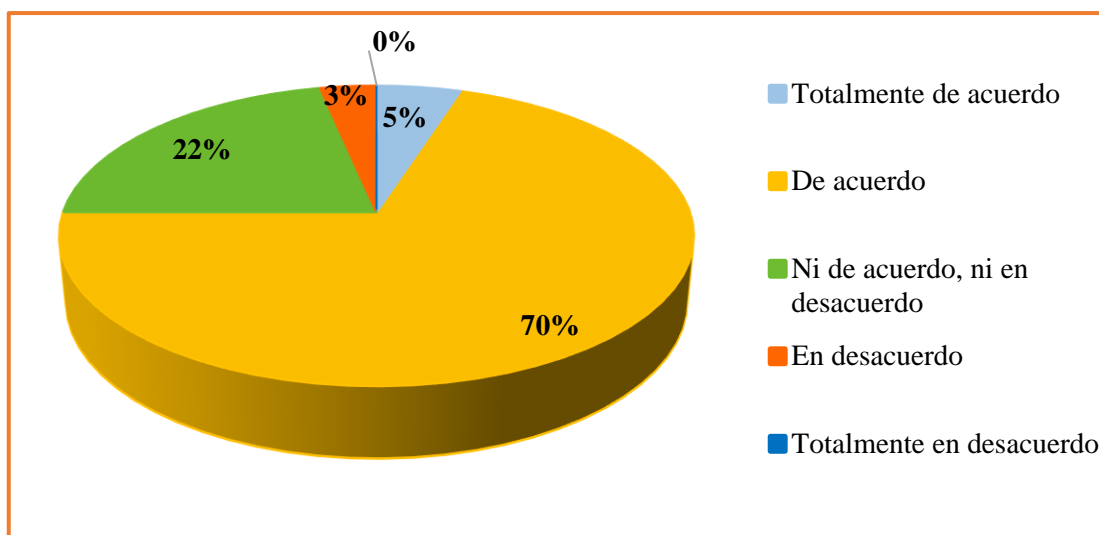
Interpretación: El 69% de los adultos señalaron que estuvieron de acuerdo que consiguieron fácilmente los diferentes servicios, mientras el 25% opinaron que estaban ni de acuerdo, ni en desacuerdo; el 3% opinaron que estaban totalmente de acuerdo y el 3% opinaron que estuvieron en desacuerdo.

Tabla N° 11

Los diferentes servicios funcionaron con rapidez

Alternativas	Encuestados	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	3	5%	5
De acuerdo	42	70%	75
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	13	22%	97
En desacuerdo	2	3%	100
Totalmente en desacuerdo	0	0%	
Total	60	100%	

Fuente: Cuestionario



Fuente: Tabla 11

Figura N° 11

¿Los diferentes servicios funcionaron con rapidez?

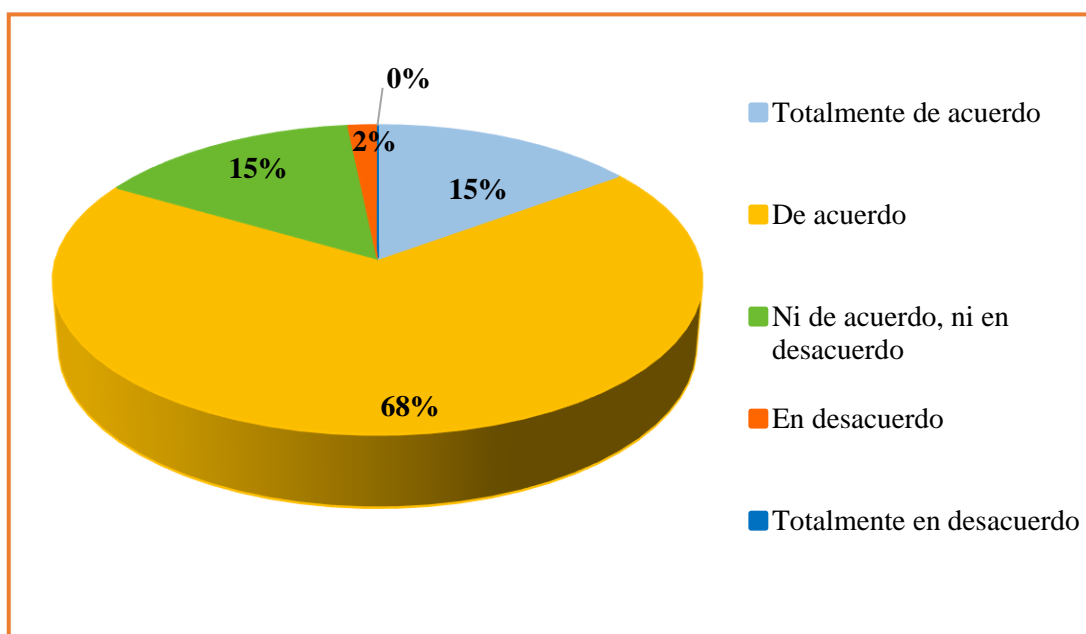
Interpretación: El 70% de los adultos encuestados indicaron que estuvieron de acuerdo que los diferentes servicios funcionaron con rapidez, mientras el 22% indicaron que ni estuvieron de acuerdo, ni en desacuerdo; el 5% señalaron que estuvieron totalmente de acuerdo y un 3% indicaron que estaban en desacuerdo.

Tabla N° 12

El personal siempre estuvo dispuesto a ayudar a los clientes

Alternativas	Encuestados	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	9	15%	15
De acuerdo	41	68%	83
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	9	15%	98
En desacuerdo	1	2%	100
Totalmente en desacuerdo	0	0%	
Total	60	100%	

Fuente: Cuestionario



Fuente: Tabla 12

Figura N° 12

¿El personal siempre estuvo dispuesto a ayudar a los clientes?

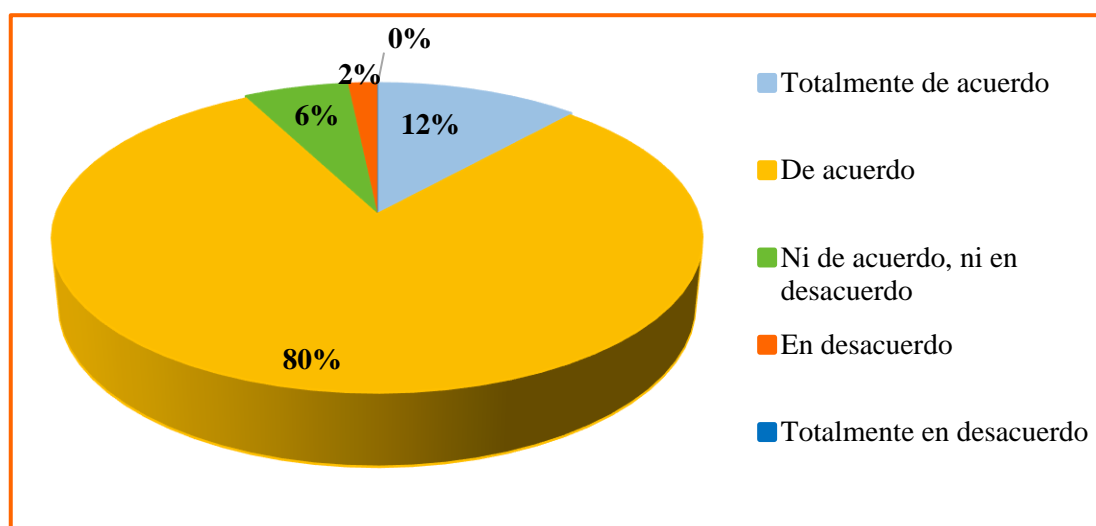
Interpretación: El 68% de los adultos encuestados señalaron que estuvieron de acuerdo con que el personal siempre estuvo dispuesto a ayudar a los clientes; mientras que un 15% señalaron que estuvieron totalmente de acuerdo como también ni de acuerdo, ni en desacuerdo y un 2% señalaron que estuvieron en desacuerdo.

Tabla N° 13

Siempre había un personal encargado a disposición del cliente para cualquier problema que podría surgir

Alternativas	Encuestados	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	7	12%	12
De acuerdo	48	80%	92
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	6%	98
En desacuerdo	1	2%	100
Totalmente en desacuerdo	0	0%	
Total	60	100%	

Fuente: Cuestionario



Fuente: Tabla 13

Figura N° 13

¿Siempre había un personal encargado a disposición del cliente para cualquier problema que podría surgir?

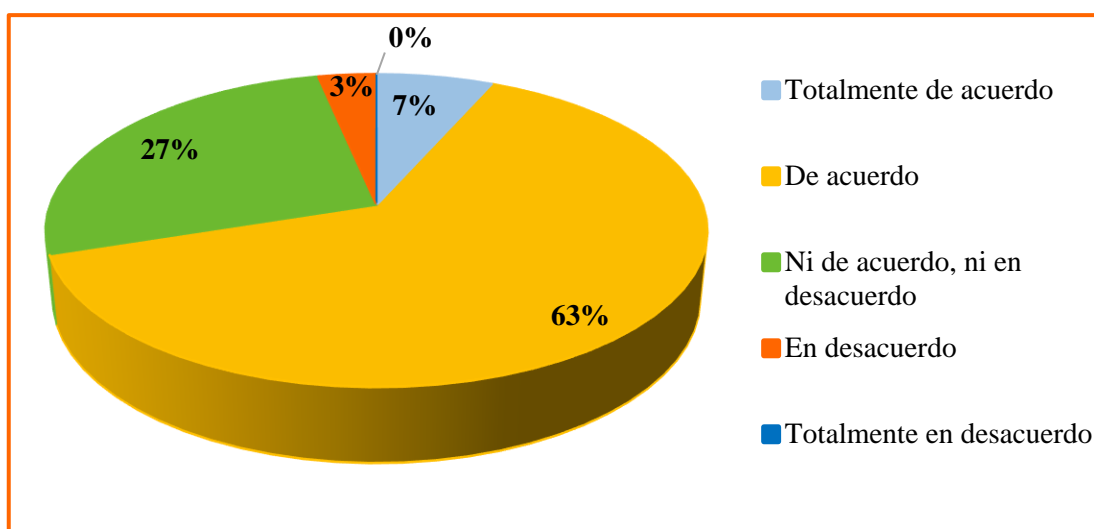
Interpretación: El 80% de los adultos encuestados indicaron que estuvieron de acuerdo con que siempre había un personal encargado a disposición del cliente para cualquier problema, mientras el 12% señalaron que estaban totalmente de acuerdo; el 6% señaló ni de acuerdo, ni en desacuerdo y un 2% indicó su desacuerdo.

Tabla N° 14

Siempre había un personal disponible para brindar al cliente la información cuando la necesitaba

Alternativas	Encuestados	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	4	7%	7
De acuerdo	38	63%	70
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	16	27%	97
En desacuerdo	2	3%	100
Totalmente en desacuerdo	0	0%	
Total	60	100%	

Fuente: Cuestionario



Fuente: Tabla 14

Figura N° 14

¿Siempre había un personal disponible para brindar al cliente la información cuando la necesitaba?

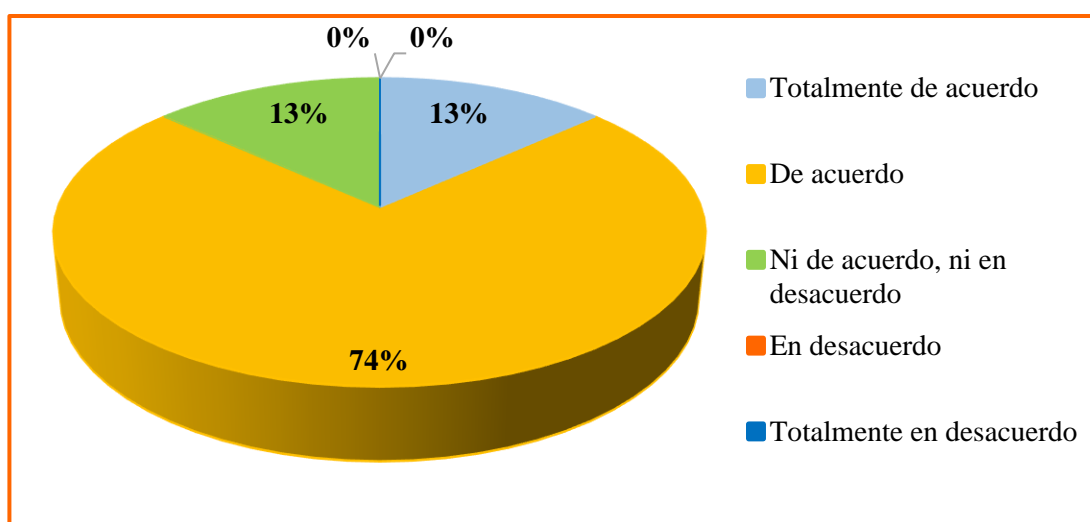
Interpretación: El 63% de los adultos encuestados indicaron que estuvieron de acuerdo que siempre había un personal disponible para brindar información, el 27% estuvieron ni de acuerdo, ni en desacuerdo; mientras un 7% estuvieron totalmente de acuerdo y un 3% en desacuerdo.

Tabla N° 15

El personal de servicio brindó seguridad y confianza

Alternativas	Encuestados	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	8	13%	13
De acuerdo	44	74%	87
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	8	13%	100
En desacuerdo	0	0%	
Totalmente en desacuerdo	0	0%	
Total	60	100%	

Fuente: Cuestionario



Fuente: Tabla 15

Figura N° 15

¿El personal de servicio brindó seguridad y confianza?

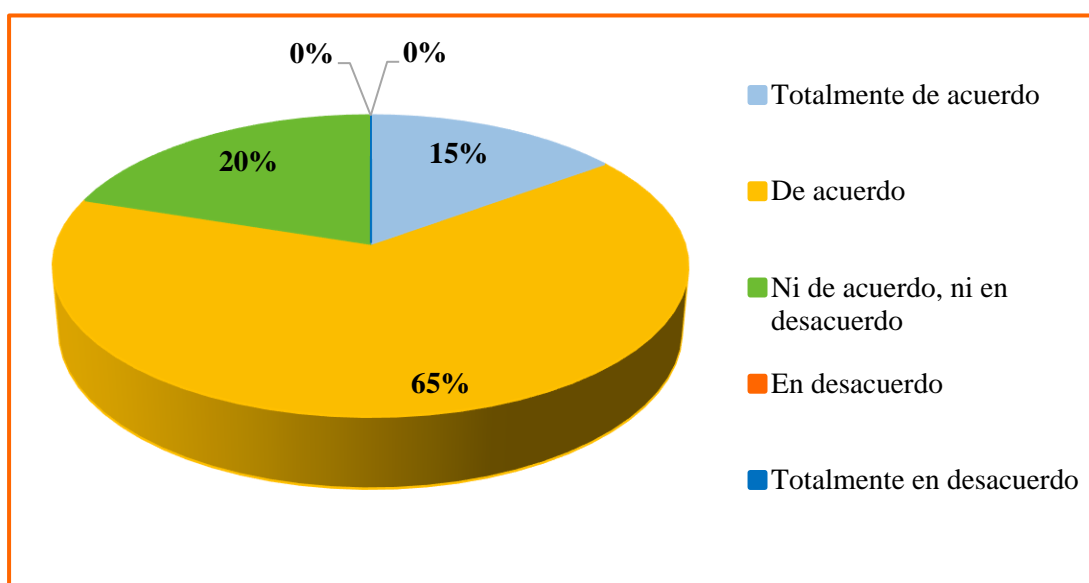
Interpretación: El 74% de los adultos encuestados indicaron que estuvieron de acuerdo que el personal de servicio brindó seguridad y confianza, un 13% señalaron que estuvieron totalmente de acuerdo como también ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

Tabla N° 16

El personal actuó con discreción y respetó la intimidad del cliente

Alternativas	Encuestados	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	9	15%	15
De acuerdo	39	65%	80
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	12	20%	100
En desacuerdo	0	0%	0
Totalmente en desacuerdo	0	0%	0
Total	60	100%	

Fuente: Cuestionario



Fuente: Tabla 16

Figura N° 16

¿El personal actuó con discreción y respetó la intimidad del cliente?

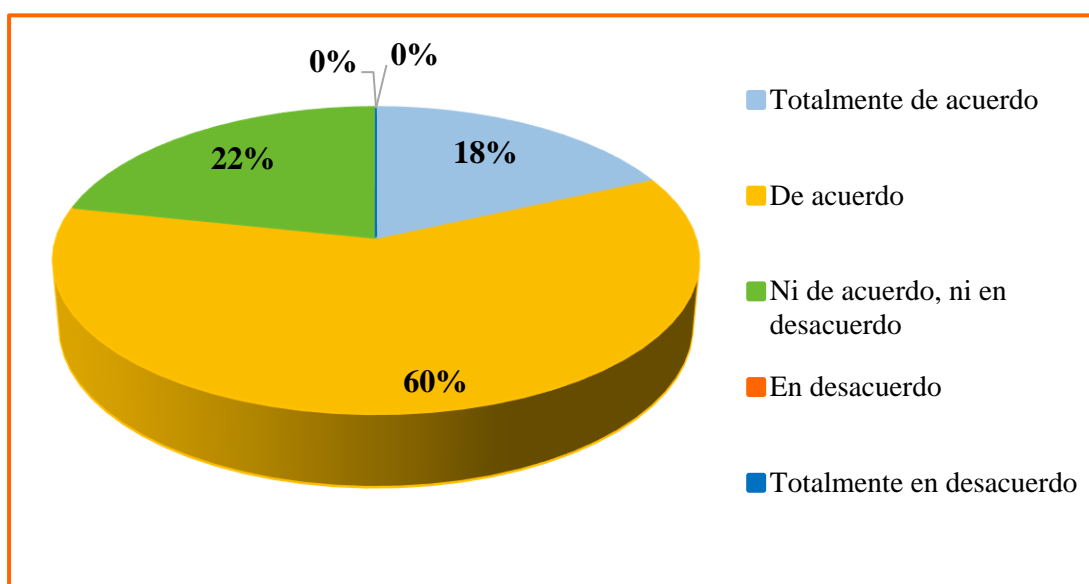
Interpretación: El 65% de los adultos encuestados indicaron que estuvieron de acuerdo que el personal actuó con discreción y respetó la intimidad del cliente; el 20% indicaron ni de acuerdo, ni en desacuerdo y el 15% indicaron que estuvieron totalmente de acuerdo.

Tabla N° 17

El personal fue competente y profesional

Alternativas	Encuestados	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	11	18%	18
De acuerdo	36	60%	78
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	13	22%	100
En desacuerdo	0	0%	
Totalmente en desacuerdo	0	0%	
Total	60	100%	

Fuente: Cuestionario



Fuente: Tabla 17

Figura N° 17

¿El personal fue competente y profesional?

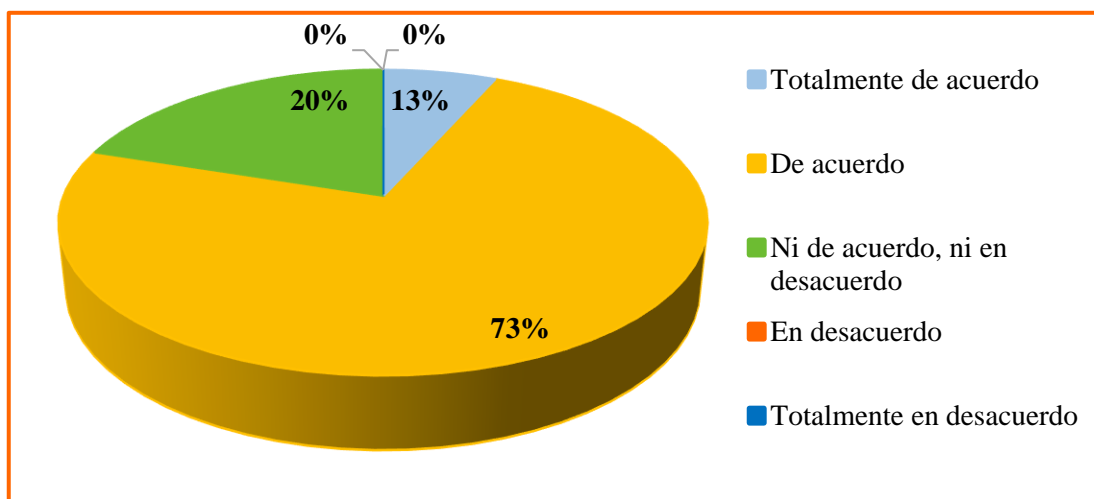
Interpretación: El 60% de los adultos encuestados indicaron que estuvieron de acuerdo que el personal fue competente y profesional, mientras el 22% indicaron un ni de acuerdo, ni en desacuerdo y el 18% estuvieron totalmente de acuerdo.

Tabla N° 18

Las instalaciones de los distintos servicios (hotel, transporte, restaurante) cumplieron con las normas de seguridad

Alternativas	Encuestados	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	4	7%	7
De acuerdo	44	73%	80
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	12	20%	100
En desacuerdo	0	0%	
Totalmente en desacuerdo	0	0%	
Total	60	100%	

Fuente: Cuestionario



Fuente: Tabla 18

Figura N° 18

¿Las instalaciones de los distintos servicios (hotel, transporte, restaurante) cumplieron con las normas de seguridad?

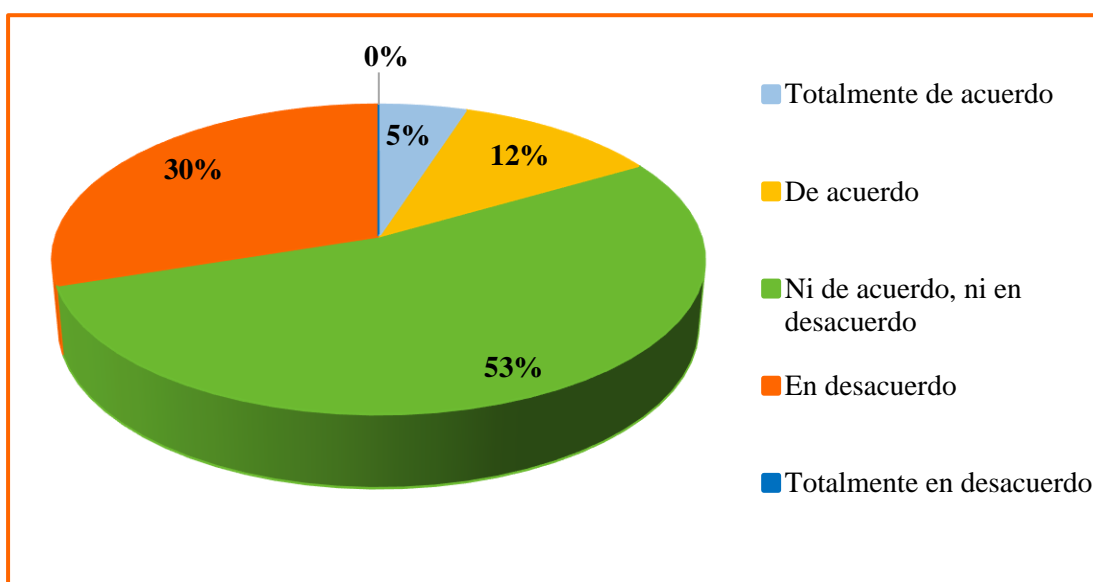
Interpretación: El 73% de los adultos encuestados indicaron que estuvieron de acuerdo que las instalaciones de los distintos servicios cumplieron con las normas de seguridad; mientras el 20% indicaron un ni de acuerdo, ni en desacuerdo y el 7% indicaron que estuvieron totalmente de acuerdo.

Tabla N° 19

Se proporciona una atención individualizada

Alternativas	Encuestados	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	3	5%	5
De acuerdo	7	12%	17
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	32	53%	70
En desacuerdo	18	30%	100
Totalmente en desacuerdo	0	0%	
Total	60	100%	

Fuente: Cuestionario



Fuente: Tabla 19

Figura N° 19

¿Se proporciona una atención individualizada?

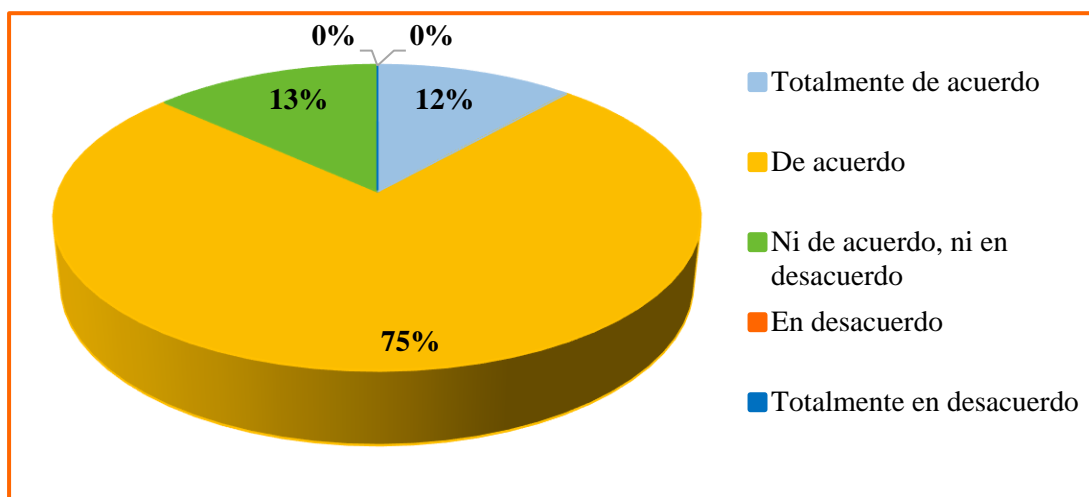
Interpretación: El 53% de los adultos encuestados indicaron un ni de acuerdo, ni en desacuerdo que si se proporcionó una atención individualizada, mientras el 30% indicaron que estuvieron en desacuerdo, el 12% indicaron que estuvieron de acuerdo y el 5% indicaron que estuvieron totalmente de acuerdo.

Tabla N° 20

El personal de servicios se dirigía al cliente con amabilidad, se prestaba un servicio rápido y ágil

Alternativas	Encuestados	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	7	12%	12
De acuerdo	45	75%	87
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	8	13%	100
En desacuerdo	0	0%	
Totalmente en desacuerdo	0	0%	
Total	60	100%	

Fuente: Cuestionario



Fuente: Tabla 20

Figura N° 20

¿El personal de servicios se dirigía al cliente con amabilidad, se prestaba un servicio rápido y ágil?

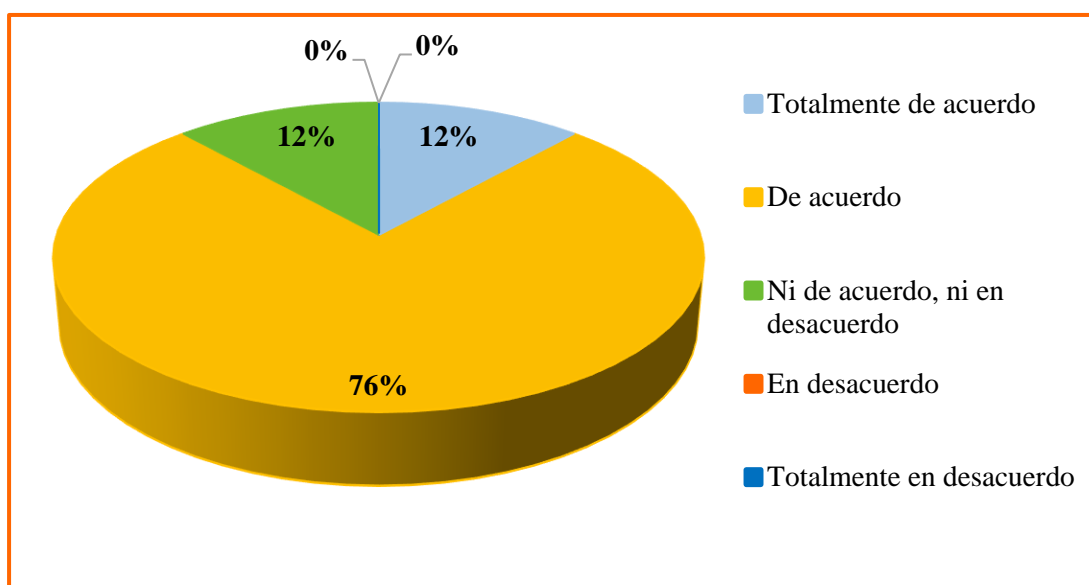
Interpretación: El 75% de los adultos encuestados señalaron que estuvieron de acuerdo que el personal de servicios se dirigía al cliente con amabilidad, se prestaba un servicio rápido y ágil, mientras el 13% indicaron un ni de acuerdo, ni en desacuerdo y el 12% indicaron que estuvieron totalmente de acuerdo.

Tabla N° 21

El personal estaba atento a sus necesidades

Alternativas	Encuestados	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	7	12%	12
De acuerdo	46	76%	88
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	7	12%	100
En desacuerdo	0	0%	
Totalmente en desacuerdo	0	0%	
Total	60	100%	

Fuente: Cuestionario



Fuente: Tabla 21

Figura N° 21

¿El personal estaba atento a sus necesidades?

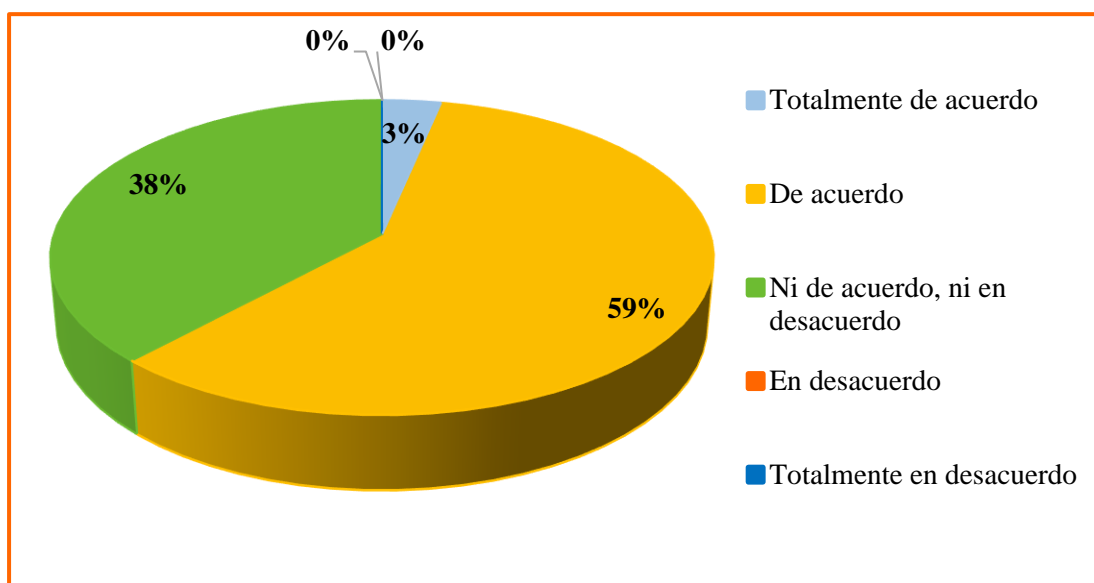
Interpretación: El 76% de los adultos encuestados señalaron que estuvieron de acuerdo que el personal estaba atento a sus necesidades; mientras el 12% indicaron un ni de acuerdo, ni en desacuerdo y el otro 12% indicaron que estuvieron totalmente de acuerdo.

Tabla N° 22

Los horarios de los diferentes servicios se adaptaban a las necesidades del cliente

Alternativas	Encuestados	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	2	3%	3
De acuerdo	35	59%	62
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	23	38%	100
En desacuerdo	0	0%	
Totalmente en desacuerdo	0	0%	
Total	60	100%	

Fuente: Cuestionario



Fuente: Tabla 22

Figura N° 22

¿Los horarios de los diferentes servicios se adaptaban a las necesidades del cliente?

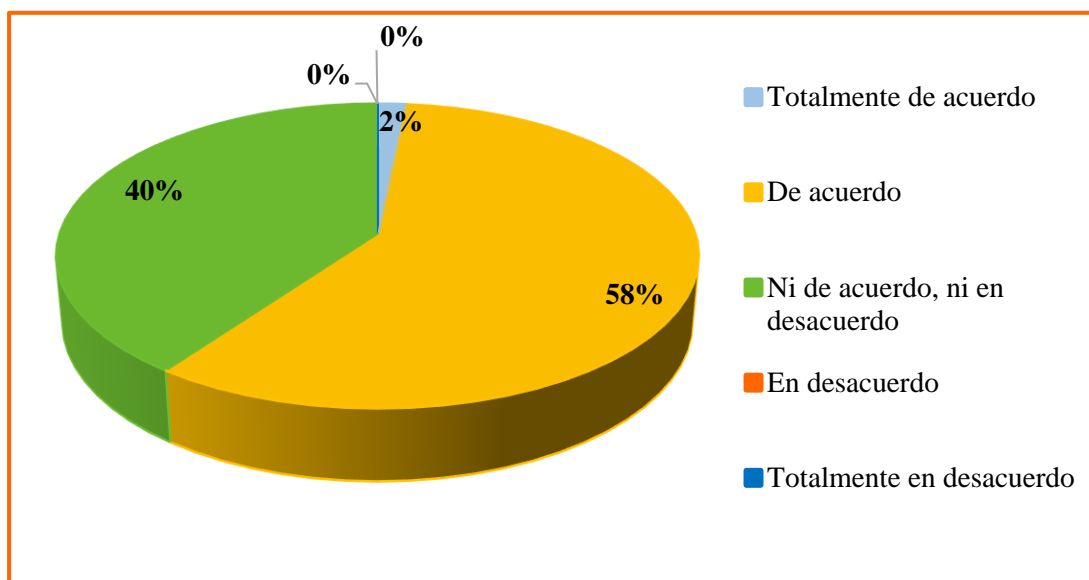
Interpretación: El 59% de los adultos encuestados indicaron que estuvieron de acuerdo que los horarios de los diferentes servicios se adaptaban a las necesidades del cliente; mientras el 38% indicaron un ni de acuerdo, ni en desacuerdo y el 3% indicaron que estuvieron totalmente de acuerdo.

Tabla N° 23

Los accesos a las visitas fueron medios falicitadores (su localización, parking...)

Alternativas	Encuestados	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	1	2%	2
De acuerdo	35	58%	60
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	24	40%	100
En desacuerdo	0	0%	
Totalmente en desacuerdo	0	0%	
Total	60	100%	

Fuente: Cuestionario



Fuente: Tabla 23

Figura N° 23

¿Los accesos a las visitas fueron medios falicitadores (su localización, parking...)?

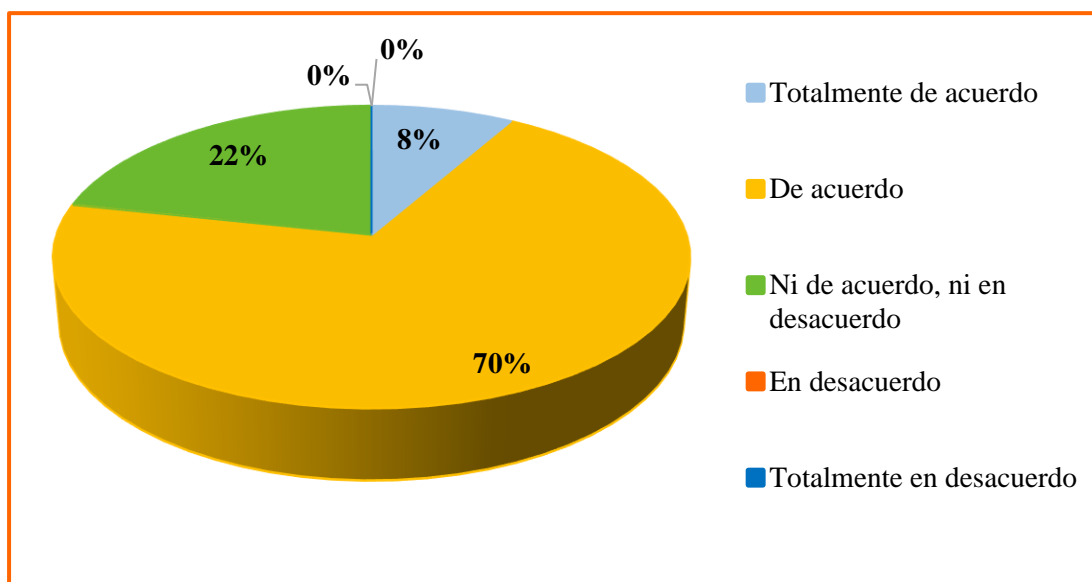
Interpretación: El 58% de los adultos encuestados señalaron que estuvieron de acuerdo que los accesos a las visitas fueron medios falicitadores; mientras el 40% indicaron un ni de acuerdo, ni en desacuerdo y el 2% indicaron que estuvieron totalmente de acuerdo.

Tabla N° 24

El personal de servicio se preocupó por resolver cualquier inconveniente

Alternativas	Encuestados	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	5	8%	8
De acuerdo	42	70%	78
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	13	22%	100
En desacuerdo	0	0%	
Totalmente en desacuerdo	0	0%	
Total	60	100%	

Fuente: Cuestionario



Fuente: Tabla 24

Figura N° 24

¿El personal de servicio se preocupó por resolver cualquier inconveniente?

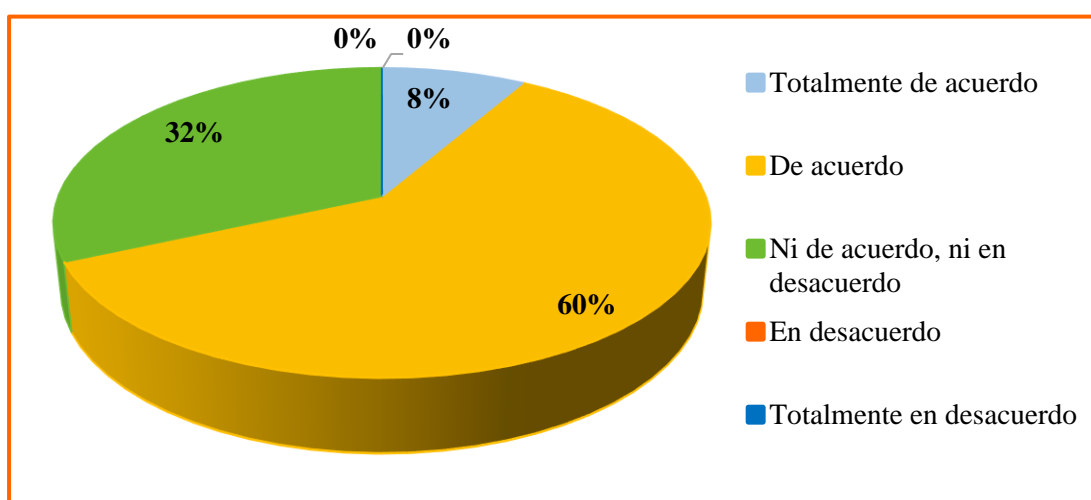
Interpretación: El 70% de los adultos encuestados indicaron que estuvieron de acuerdo que el personal de servicio se preocupó por resolver cualquier inconveniente; mientras el 22% indicaron un ni de acuerdo, ni en desacuerdo y el 8% indicaron que estuvieron totalmente de acuerdo.

Tabla N° 25

Se sintió conforme con el desempeño brindado por parte del personal de los distintos servicios

Alternativas	Encuestados	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	5	8%	8
De acuerdo	36	60%	68
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	19	32%	100
En desacuerdo	0	0%	
Totalmente en desacuerdo	0	0%	
Total	60	100%	

Fuente: Cuestionario



Fuente: Tabla 25

Figura N° 25

¿Se sintió conforme con el desempeño brindado por parte del personal de los distintos servicios?

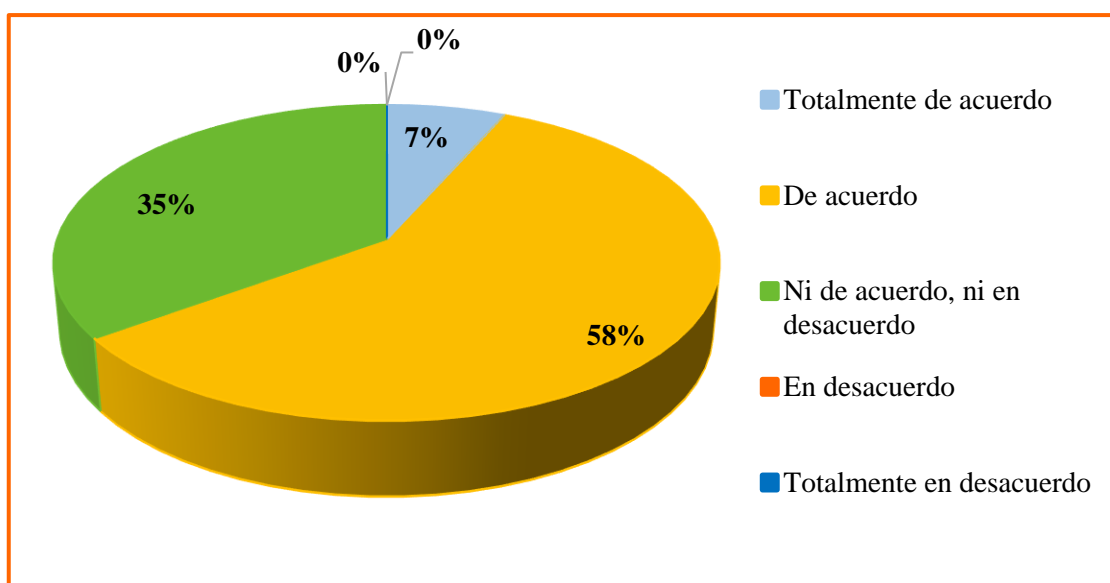
Interpretación: El 60% de los adultos encuestados señalaron que estuvieron de acuerdo que se sintió conforme con el desempeño brindado por parte del personal de los distintos servicios; mientras el 32% indicaron un ni de acuerdo, ni en desacuerdo y el 8% señalaron que estuvieron totalmente de acuerdo.

Tabla N° 26

Se le brindó un servicio adecuado en su estadía

Alternativas	Encuestados	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	4	7%	7
De acuerdo	35	58%	65
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	21	35%	100
En desacuerdo	0	0%	
Totalmente en desacuerdo	0	0%	
Total	60	100%	

Fuente: Cuestionario



Fuente: Tabla 26

Figura N° 26

¿Se le brindó un servicio adecuado en su estadía?

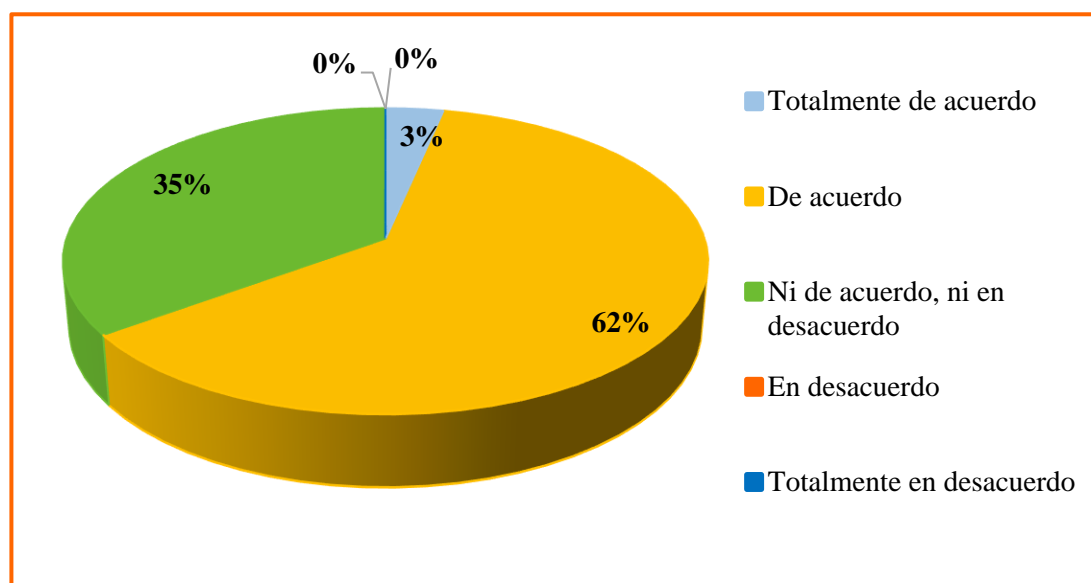
Interpretación: El 58% de los adultos encuestados indicaron que estuvieron de acuerdo que se le brindó un servicio adecuado en su estadía; mientras el 20% señalaron un ni de acuerdo, ni en desacuerdo y el 7% señalaron que estuvieron totalmente de acuerdo.

Tabla N° 27

El servicio que se le brindó fue el esperado y cumplió con sus expectativas

Alternativas	Encuestados	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	2	3%	3
De acuerdo	37	62%	65
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	21	35%	100
En desacuerdo	0	0%	
Totalmente en desacuerdo	0	0%	
Total	60	100%	

Fuente: Cuestionario



Fuente: Tabla 27

Figura N° 27

¿El servicio que se le brindó fue el esperado y cumplió con sus expectativas?

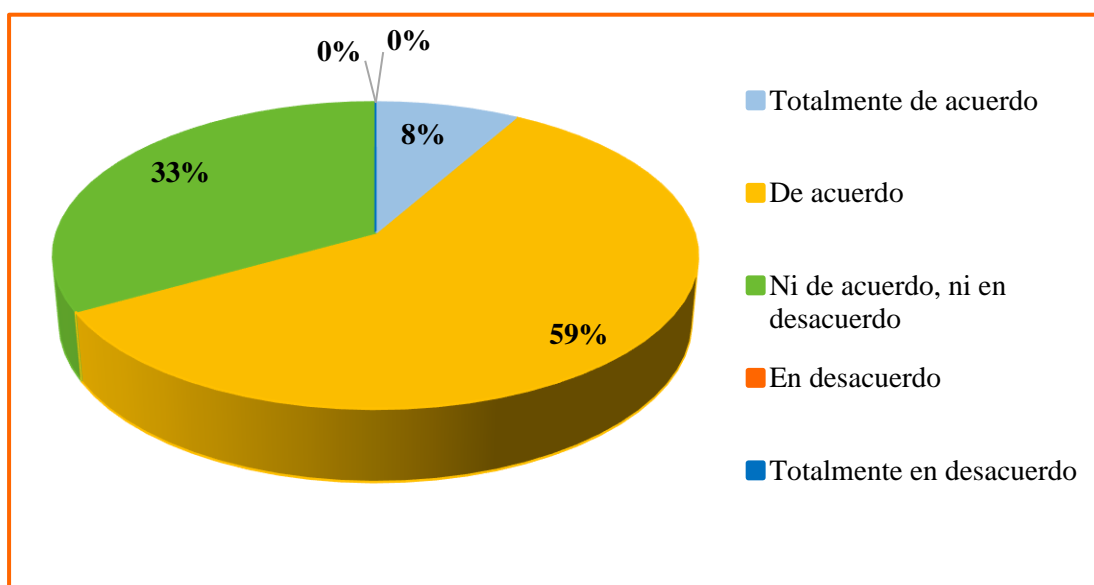
Interpretación: El 62% de los adultos encuestados señalaron que estuvieron de acuerdo que el servicio que se le brindó fue el esperado y cumplió con sus expectativas; mientras el 35% señalaron un ni de acuerdo, ni en desacuerdo y el 3% indicaron que estuvieron totalmente de acuerdo.

Tabla N° 28

Se sintió satisfecho con las instalaciones de los distintos servicios brindados

Alternativas	Encuestados	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	5	8%	8
De acuerdo	35	59%	67
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	20	33%	100
En desacuerdo	0	0%	
Totalmente en desacuerdo	0	0%	
Total	60	100%	

Fuente: Cuestionario



Fuente: Tabla 28

Figura N° 28

¿Se sintió satisfecho con las instalaciones de los distintos servicios brindados?

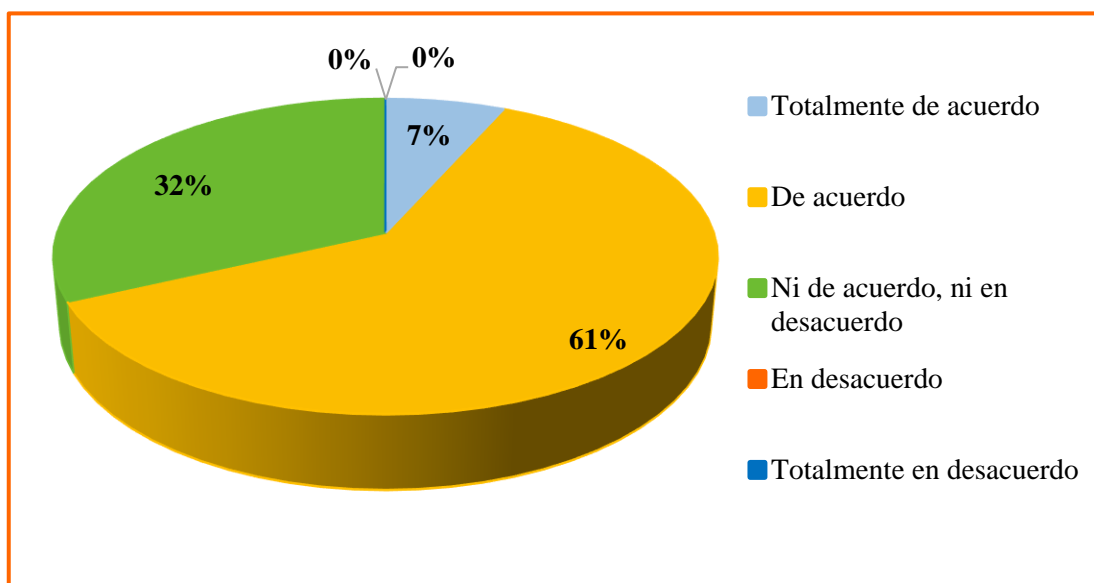
Interpretación: El 59% de los adultos encuestados señalaron que estuvieron de acuerdo que se sintió satisfecho con las instalaciones de los distintos servicios brindados; mientras el 33% señalaron un ni de acuerdo, ni en desacuerdo y el 8% indicaron que estuvieron totalmente de acuerdo.

Tabla N° 29

Se sintió satisfecho con el servicio brindado por parte del personal

Alternativas	Encuestados	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	4	7%	7
De acuerdo	37	61%	68
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	19	32%	100
En desacuerdo	0	0%	
Totalmente en desacuerdo	0	0%	
Total	60	100%	

Fuente: Cuestionario



Fuente: Tabla 29

Figura N° 29

¿Se sintió satisfecho con el servicio brindado por parte del personal?

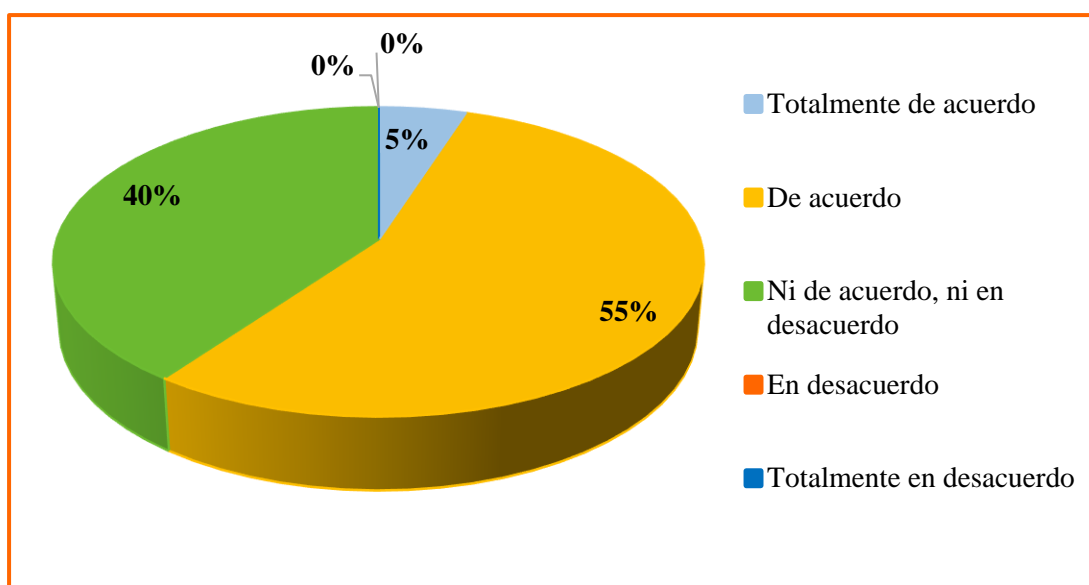
Interpretación: El 61% de los adultos encuestados indicaron que estuvieron de acuerdo que se sintió satisfecho con el servicio brindado por parte del personal; mientras el 32% señalaron un ni de acuerdo, ni en desacuerdo y el 7% señalaron que estuvieron totalmente de acuerdo.

Tabla N° 30

Se sintió satisfecho con la calidad de los servicios brindados

Alternativas	Encuestados	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	3	5%	5
De acuerdo	33	55%	60
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	24	40%	100
En desacuerdo	0	0%	
Totalmente en desacuerdo	0	0%	
Total	60	100%	

Fuente: Cuestionario



Fuente: Tabla 30

Figura N° 30

¿Se sintió satisfecho con la calidad de los servicios brindados?

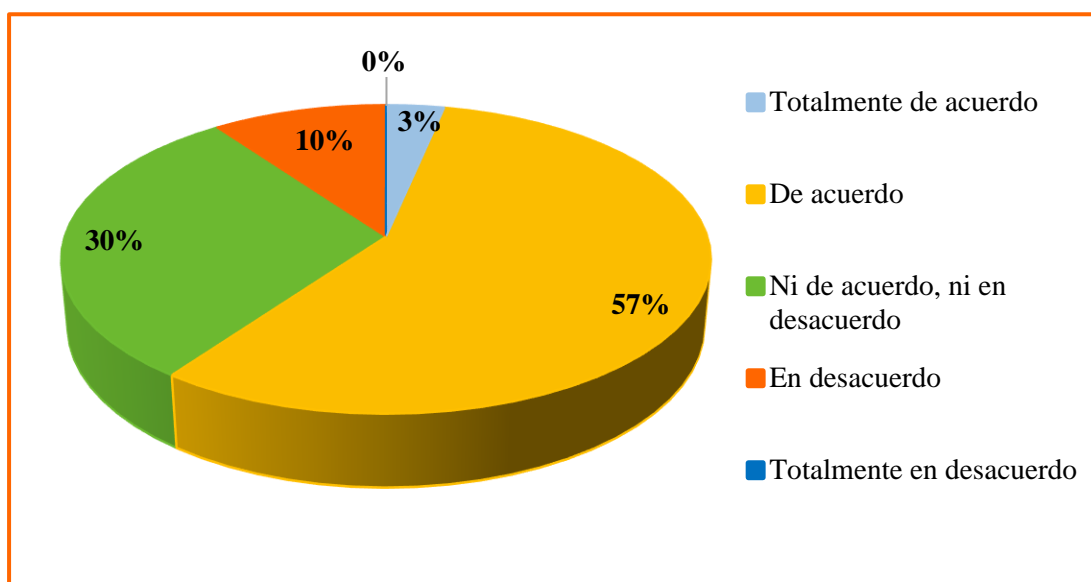
Interpretación: El 55% de los adultos encuestados señalaron que estuvieron de acuerdo que se sintió satisfechos con la calidad de los servicios brindados; mientras el 40% señalaron un ni de acuerdo, ni en desacuerdo y el 5% señalaron que estuvieron totalmente de acuerdo.

Tabla N° 31

Sintió que el servicio ofrecido superó sus expectativas

Alternativas	Encuestados	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	2	3%	3
De acuerdo	34	57%	60
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	18	30%	90
En desacuerdo	6	10%	100
Totalmente en desacuerdo	0	0%	
Total	60	100%	

Fuente: Cuestionario



Fuente: Tabla 31

Figura N° 31

¿Sintió que el servicio ofrecido superó sus expectativas?

Interpretación: El 57% de los adultos encuestados señalaron que estuvieron de acuerdo que sintió que el servicio ofrecido superó sus expectativas; mientras el 30% indicaron un ni de acuerdo, ni en desacuerdo, el 10% señalaron que estuvieron en desacuerdo y el 3% indicaron que estuvieron totalmente de acuerdo.

Análisis estadístico de los resultados

Los datos fueron analizados en base a las hipótesis planteadas, presentando el valor y la relación que existe entre la variable Modelo SERVQUAL y Satisfacción del adulto mayor, en el Programa de Turismo Social que brinda Essalud en la ciudad de Chimbote.

Para la tabulación y análisis de los datos se elaboraron tablas y figuras para cada una de las preguntas de la encuesta.

A fin de probar si existía o no relación entre las variables se utilizó la técnica de análisis del chi cuadrado. En caso de nuestro estudio el valor de probabilidad asociado al Chi Cuadrado es menor que alfa (0.05) lo cual demuestra que existe relación entre las dos variables, aceptando la hipótesis de estudio.

Para determinar el grado de relación entre las variables, utilizamos la técnica estadística Tau-b de Kendall, el cual nos arrojó el valor de 0,445 que significa que hay una relación moderada entre las variables.

Valor	Criterio
$R = 1,00$	Correlación grande, perfecta y positiva
$0,90 \leq r < 1,00$	Correlación muy alta
$0,70 \leq r < 0,90$	Correlación alta
$0,40 \leq r < 0,70$	Correlación moderada
$0,20 \leq r < 0,40$	Correlación muy baja
$r = 0,00$	Correlación nula
$r = - 1,00$	Correlación grande, perfecta y negativa

CAPITULO IV: ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis y discusión

En relación al objetivo N° 01: Analizar si el modelo SERVQUAL, se está aplicando o se ha aplicado, en los adultos mayores del programa turismo social de EsSalud, Chimbote 20017.

Según la tabla N° 01, el 62% de los adultos mayores encuestados está de acuerdo que las dependencias y equipamientos del hospedaje se encontraron bien conservados, lo cuál representa que la mayoría o más de la mitad de adultos encuestados se sienten cómodos en ambientaciones agradables y confortables para su propia comodidad en el comedor. Según Duarte Torres (2015) en su publicación de la Revista Chilena de Terapia ocupacional, el Turismo una opción de Ocupación en la Vejez, la investigación tuvo como objetivo “establecer la incidencia del tiempo libre en la vejez y el soporte normativo sobre el tema... Esta información se orientó hacia el análisis de la relación existente entre el turismo y el adulto mayor bajo el modelo Ocupación- Persona- Contexto (Baum, Bass-Haugen y Christiansen, 2005)”. El resultado obtenido de la investigación de Duarte afirma la existencia de una amplia normatividad que sustenta la actividad turística, se ha concebido como una ocupación, así este tipo de turismo es entendido como una alternativa de actividad de tiempo libre para los adultos mayores.

Según la tabla N° 03, el 59% de los adultos mayores encuestados está de acuerdo que el personal de servicio tenía un aspecto limpio y aseado, lo cuál representa la mitad de la totalidad de encuestados, y según la tabla N° 21, el 76% de los mismos adultos encuestados está de acuerdo que el personal estaba atento a sus necesidades, lo que transmite la importancia a su cliente y a su vez ofrecer un buen trato. Según Pablo (2004). El Estudio desarrollado sobre el Impacto biomédico de los viajes en adultos mayores chilenos, manifiesta que en la última década se ha dado un aumento sostenido de Adultos mayores en Chile. “Así nacieron los programas subvencionados de fomento de viajes para los Adultos Mayores, que fueron desarrollados en la década 1990-99 en Europa y en el año 2001 se iniciaron en Chile con el programa “Vacaciones de Tercera Edad en Baja Temporada” de SERNATUR.

En relación al objetivo N° 02: Analizar el nivel de satisfacción del servicio, en los adultos mayores del programa turismo social de EsSalud, Chimbote 2017.

Según la tabla N° 31, el 57% de los adultos mayores encuestados está de acuerdo con que el servicio ofrecido superó sus expectativas, en consecuencia, dado que dicho porcentaje abarcan casi el 100% de encuestados se puede decir que el servicio brindado provoca un nivel de satisfacción alto en los clientes. Según Gheneo (2015) *“El último Barómetro de la OMT”*. En el presente informe considera que la contribución de las personas mayores a la industria turística europea no solamente es importante, sino que además debe reforzarse para afrontar el reto de la estacionalidad, estimular el crecimiento económico y la creación de empleo en Europa”. De allí la importancia de fomentar la actividad turística transnacional mediante el desarrollo del turismo fuera de temporadas para los europeos adultos mayores, siendo un grupo que dispone del poder adquisitivo necesario para viajar y de tiempo libre para disfrutar.

Según la tabla N° 28, el 59% de los adultos mayores encuestados está de acuerdo con la satisfacción de las instalaciones de los distintos servicios brindados, y según la tabla N° 30, el 55% de los encuestados está de acuerdo con la satisfacción de la calidad de los servicios brindados, dado estos resultados se puede inferir que los servicios brindados provocó un alto nivel de satisfacción en los clientes. Según Gutierrez (2008). *“Programa Nacional del Adulto Mayor, turismo para el adulto mayor, grupos terapéuticos”*. En el presente documento detalla el estudio correlacionar, denominado Calidad de vida en el adulto mayor: estado físico y relaciones sociales de la comunidad de Concepción. En el presente documento la variable ingresos económicos no influiría dado que los adultos mayores tienen en la actualidad más motivación y mayores opciones para acceder a actividades de menor costo.

En relación al objetivo N° 03 : Determinar la asociación o relación entre el modelo SERVQUAL y el nivel de satisfacción del servicio, en los adultos mayores del programa turismo social de EsSalud, Chimbote 2017.

Según la tabla N° 12, el 68% de los adultos mayores señalaron que el personal estuvo dispuesto a ayudar a los clientes, y según la tabla N° 15, el 74% de los adultos encuestados está de acuerdo con la satisfacción que el personal de servicio brinda seguridad y confianza. Estos resultados determinan que hay una influencia regular entre las variables calidad de servicio y satisfacción del cliente en este aspecto, dado por la confianza y buen trato que el personal brinda, eso influye en la satisfacción del cliente. Según Pardo Robles (2014) “El estilo de vida y estado nutricional del adulto mayor”, ambos factores son importantes para el mantenimiento de la salud del adulto mayor, siendo esta una población que día a día demanda más atención.

El estilo de vida es la forma de vida de las personas o de los grupos. A pesar de no existir una definición unánime, la mayoría de los autores define a los estilos de vida como un conjunto de patrones conductuales que una persona en concreto pone en práctica de manera consistente y mantenida en su vida cotidiana y que puede ser pertinente para el mantenimiento de su salud y puede estar en situación de riesgo para la enfermedad; es decir, posee repercusiones importantes para la salud.

CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Respecto al Modelo SERVQUAL, en el rango porcentual del 59% al 80 % , los adultos mayores que estan registrados en el programa de turismo social que brinda Essalud, en la ciudad de Chimbote, y fueron encuestados están **DE ACUERDO**: Que las dependencias y equipamientos del hospedaje estaban bien conservados; que el personal tuvo un aspecto limpio y aseado; que las instalaciones del hospedaje resultaban agradables y bien cuidados; que las instalaciones de los servicios estaban limpios; que las instalaciones de los servicios fueron confortables y acogedoras; que se le brindó el servicio ofrecido según su contrato; que el personal resolvió de manera eficaz cualquier problema que pudo tener; que el servicio se prestó sin errores; que los equipamientos del hospedaje funcionaban correctamente; que consiguieron fácilmente los diferentes servicios; que los diferentes servicios funcionaron con rapidez; que el personal siempre estuvo dispuesto ayudar a los clientes; que siempre había un personal encargado a disposición del cliente para cualquier problema; que siempre había un personal disponible para brindar información.
- Así mismo, respecto al Modelo SERVQUAL, y dentro del mismo rango porcentual del 50% al 80%, los adultos mayuores encuestados, que estan registrados y asisten regularmente al programa de turismo social que ofrece Essalud de Chimbote están **DE ACUERDO**: Que el personal de servicio brindó seguridad y confianza; que el personal acuó con discreción y respetó a la intimidad del cliente; que el personal fue competente y profesional; que las instalaciones de los distintos servicios cumplieron con las normas de seguridad; que el personal de servicios se dirigía al cliente con amabilidad, se prestaba un servicio rápido y ágil; que el personal estaba atento a sus necesidades; que los horarios de los diferentes servicios se adaptaban a las necesidades del cliente; que los accesos a las visitas fueron medios falicitadores; que el personal de servicio se preocupó por resolver cualquier incoveniente.

- Respecto a la Satisfacción de los adultos mayores que están registrados, asisten regulamente al programa de turismo social que brinda Essalud en la Ciudad de Chimbote y fueron encuestados, **ESTAN DE ACUERDO**: Que se sintió conforme con el desempeño brindado por parte del personal de los distintos servicios; que se le brindó un servicio adecuado en su estadía; que el servicio que se le brindó fue el esperado y cumplió con sus expectativas; que se sintió satisfecho con las instalaciones de los distintos servicios brindados; que se sintió satisfecho con el servicio brindado por parte del personal; que se sintió satisfechos con la calidad de los servicios brindados; que sintió que el servicio ofrecido superó sus expectativas.
- Los resultados mencionados indican que existe influencia entre las variables, tal como lo indica la técnica de análisis estadísticos del chi cuadrado, el cual es menor que alfa, aceptando la hipótesis de estudio; es decir existe una influencia significativa entre la aplicación del modelo SERVQUAL y la satisfacción del usuario del Programa de Turismo Social, que brinda Essalud en la ciudad de Chimbote.
- Finalmente el grado de relación entre las variables Modelo SERVQUAL y Satisfacción del Adulto Mayor, en el Programa de Turismo Social, que brinda Essalud en la ciudad de Chimbote, es moderada, tal como indica la técnica de análisis estadístico de tau-b de Kendall, con valor 0,445

5.2 Recomendaciones

De acuerdo a las conclusiones llegadas se recomienda mejorar los siguientes puntos:

- Brindar instalaciones confortables y acogedoras, dado que quienes tomarán este servicio son adultos mayores, brindar el servicio ofrecido según las condiciones contratadas, permitiendo prestar el servicio sin errores y funcionen con rapidez, como a su vez el personal esté dispuesto ayudar y a disposición del cliente para cualquier problema y/o inconveniente que podría surgir, siempre brindando información cuando los adultos lo necesiten.
- Por otra parte, se recomienda proporcionar una atención individualizada a los adultos mayores, con buena calidad en sus instalaciones y servicios, y sobretodo brindando una buena atención.
- Por último, seguir mejorando en los servicios a brindar, para que así sean altas las expectativas de cada cliente y puedan ser recomendados no sólo a sus familiares sino también a sus amistades.

**REFERENCIAS
BIBLIOGRÁFICAS**

- De la Torre Tejada, A. (Octubre de 2011) *Turismo y Calidad del Servicio – Revista Cultura*. Recuperado de: <http://www.revistacultura.com.pe/revistas/y-calidad-del-servicio.pdf>
- Duarte Torres, S.C. (Agosto de 2015). *El Turismo, una Opción de Ocupación en la Vejez*. Recuperado de: <http://www.revistaderechopublico.uchile.cl/index.php/RTO/article/viewFile/37139/38715>
- Dutka, A. (1998). *Manual de AMA para la Satisfacción del Cliente*. Recuperado de: Dutka, A. (1998). Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=yC97p-PUhyoC&oi=fnd&pg=PA9&dq=satisfacci%C3%B3n+del+cliente+definiciones&ots=U4nmkcNhbu&sig=JqonQbAWzM-moi4YmTpZtZzU24Y#v=onepage&q=satisfacci%C3%B3n%20del%20cliente%20definiciones&f=false>
- Falces Delgado, C., Sierra Diez, B., Becerra Grande, A., & Briñol Turnes, P. (1999). Dialnet. From Hotelqual: *Una Escala para medir la calidad percibida en los Servicios de Alojamiento*. Recuperado de : <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2196115>www.unirioja.es
- Ferri, M., Dura, E., & Garces, J. (2013). *International Journal of Multidisciplinary Social Sciences*. Recuperado de: www.uaicei.com/yahoo_site_admin/assets/docs/Mireia_Ferri.21422726.pdf
- Gabriela, R. B. (Julio de 2014). *Repositorio Digital de Tesis PUCP*. Recuperado de:http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/6133/RAMOS_BONILLA_GABRIELA_AQUI_NADIE.pdf?sequence=1&isAlloved=y
- Gheneo, I. (Febrero de 2015). *Age Platform Europe*. Recuperado de: http://www.age-platform.eu/images/stories/EN/CoverAGE/ES/ES-SpecialBriefing_Feb2015.pdf
- Grande Esteban, I. (2005). *Marketing de los Servicios* (4 edición ed.). ESIC EDITORIAL.

- Gutiérrez, D. V., Gutiérrez, M. Z. & otros, M.C. (2008). *Calidad de Vida en el Adulto Mayor*. Recuperado de: http://cms.colegiomedico.cl/Magazine/2008/48/1/48_1_3.pdf
www.cms.colegiomedico.cl
- Herrera Molina, E., Muñoz Mayorga, I., Martín Galán, V., & Cid Gala, M. (22 de Diciembre de 2011). *Experiencias españolas en la promoción de la autonomía personal en las personas mayores*. Recuperado de: https://www.clinicalkey.es/service/content/pdf/watermarked/1-s2.0-S0213911111003219.pdf?locale=es_ESF
- Losada Otalora, M. & Rodríguez Orejuela, A. (2007). *Scielo*. Recuperado de: www.scielo.org.co/pdf/cadm/v20n34/v20n34a11.pdf
- Moro Marcelo, A. (n.d.). *Red Nacional Actividad Física y Desarrollo Humano*. Recuperado de: http://www.redaf.gob.ar/articulos/adulto-mayor-actividad-fisica-envejecimiento_2b02.pdf
- OPS. (n.d.) *Glosario Gerontológico Accesibilidad – Senama*. Recuperado de: http://www.senama.cl/filesapp/GLOSARIO_GERONTOLOGICO.pdf
- Pablo, M. L. (2004). *Revista Médica de Chile*. Recuperado de: <http://www.scielo.cl/pdf/rmc/v132n5/art06.pdf>
- Serrano Bedia, A., López Fernández, M., & Gómez López, R. (23 de Octubre de 2007). *Calidad de Revistas Científicas Españolas*. Serrano Bedia, A., López Fernández, M., & Gómez López, R. (23 de Octubre de 2007). *Calidad de Revistas Científicas Españolas*. Recuperado de: <http://revistas.um.es/turismo/article/view/12911/12441>
- Suárez Álvarez, L., Vázquez Casielles, R., & Días Martín, A. (14 de marzo de 2007). *La confianza y la satisfacción del cliente: variables clave en el sector turístico*. Recuperado de: <file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-LaConfianzaYLaSatisfaccionDelClienteVariablesClave-2504840.pdf>
- Venezolano, A. D. (08 de Mayo de 2007). *E-journal*. Retrieved 05 de Septiembre de 2016. Recuperado de: <http://www.ejournal.unam.mx/rca/222/RCA000022208.pdf>

Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L. (1985). *Calidad Total en la Gestión de Servicios*. Recuperado de: <https://www.editdiazdesantos.com/libros/zeithaml-valarie-a-calidad-total-en-la-gestion-de-servicios-L03000610801.html?articulo=03000610801>

APÉNDICES Y ANEXOS

ANEXO N° 1

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD PRIVADA SAN PEDRO

CUESTIONARIO REALIZADO PARA MEDIR EL GRADO DE SATISFACCION EN LOS ADULTOS MAYORES DEL PROGRAMA TURISMO SOCIAL DE ESSALUD

Instrucción: Por favor conteste el presente cuestionario según su criterio.

Su género: Masculino. Femenino.

Su edad: ____.

- 1) ¿Las dependencias y equipamientos del hospedaje (ascensor, habitaciones, pasillos, etc.) estaban bien conservados?
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo

- 2) ¿Las diferentes instalaciones del hospedaje resultaban agradables y bien cuidados?
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo

- 3) ¿El personal de servicio tiene un aspecto limpio y aseado?
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo

- 4) ¿Las instalaciones de los distintos servicios (restaurante, hotel, transporte) estaba limpio?
- a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo
- 5) ¿Las instalaciones de los servicios eran confortables y acogedoras (uno se siente a gusto en ellas)?
- a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo
- 6) ¿Se brindó el servicio ofrecido según las condiciones contratadas?
- a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo
- 7) ¿El personal resolvía de manera eficaz cualquier problema que pueda tener el cliente?
- a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo

- 8)** ¿Se prestó el servicio sin errores?
- a.** Totalmente de acuerdo
 - b.** De acuerdo
 - c.** Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 - d.** En desacuerdo
 - e.** Totalmente en desacuerdo
- 9)** ¿Los equipamientos del hospedaje (ascensores, luces, electrodomésticos y medios audiovisuales) funcionaban correctamente?
- a.** Totalmente de acuerdo
 - b.** De acuerdo
 - c.** Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 - d.** En desacuerdo
 - e.** Totalmente en desacuerdo
- 10)** ¿Se consiguió fácilmente los diferentes servicios que solicitó el cliente?
- a.** Totalmente de acuerdo
 - b.** De acuerdo
 - c.** Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 - d.** En desacuerdo
 - e.** Totalmente en desacuerdo
- 11)** ¿Los diferentes servicios funcionaron con rapidez?
- a.** Totalmente de acuerdo
 - b.** De acuerdo
 - c.** Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 - d.** En desacuerdo
 - e.** Totalmente en desacuerdo
- 12)** ¿El personal siempre estuvo dispuesto a ayudar a los clientes?
- a.** Totalmente de acuerdo
 - b.** De acuerdo
 - c.** Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
 - d.** En desacuerdo

e. Totalmente en desacuerdo

13) ¿Siempre había un personal encargado a disposición del cliente para cualquier problema que podría surgir?

a. Totalmente de acuerdo

b. De acuerdo

c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

d. En desacuerdo

e. Totalmente en desacuerdo

14) ¿Siempre había un personal disponible para brindar al cliente la información cuando la necesitaba?

a. Totalmente de acuerdo

b. De acuerdo

c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

d. En desacuerdo

e. Totalmente en desacuerdo

15) ¿El personal de servicio brindó seguridad y confianza?

a. Totalmente de acuerdo

b. De acuerdo

c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

d. En desacuerdo

e. Totalmente en desacuerdo

16) ¿El personal actuó con discreción y respetó la intimidad del cliente?

a. Totalmente de acuerdo

b. De acuerdo

c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

d. En desacuerdo

e. Totalmente en desacuerdo

17) ¿El personal fue competente y profesional?

- a.** Totalmente de acuerdo
- b.** De acuerdo
- c.** Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d.** En desacuerdo
- e.** Totalmente en desacuerdo

18) ¿Las instalaciones de los distintos servicios (hotel, transporte, restaurante) cumplieron con las normas de seguridad?

- a.** Totalmente de acuerdo
- b.** De acuerdo
- c.** Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d.** En desacuerdo
- e.** Totalmente en desacuerdo

19) ¿Se proporciona una atención individualizada?

- a.** Totalmente de acuerdo
- b.** De acuerdo
- c.** Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d.** En desacuerdo
- e.** Totalmente en desacuerdo

20) ¿El personal de servicio se dirigía al cliente con amabilidad, se prestaba un servicio rápido y ágil?

- a.** Totalmente de acuerdo
- b.** De acuerdo
- c.** Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d.** En desacuerdo
- e.** Totalmente en desacuerdo

21) ¿El personal estaba atento a sus necesidades?

- a.** Totalmente de acuerdo
- b.** De acuerdo
- c.** Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d.** En desacuerdo
- e.** Totalmente en desacuerdo

22) ¿Los horarios de los diferentes servicios se adaptaban a las necesidades del cliente?

- a.** Totalmente de acuerdo
- b.** De acuerdo
- c.** Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d.** En desacuerdo
- e.** Totalmente en desacuerdo

23) ¿Los accesos a las visitas fueron medios facilitadores (su localización, parking...)?

- a.** Totalmente de acuerdo
- b.** De acuerdo
- c.** Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d.** En desacuerdo
- e.** Totalmente en desacuerdo

24) ¿El personal de servicio se preocupó por resolver cualquier inconveniente?

- a.** Totalmente de acuerdo
- b.** De acuerdo
- c.** Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d.** En desacuerdo
- e.** Totalmente en desacuerdo

25) ¿Se sintió conforme con el desempeño brindado por parte del personal de los distintos servicios?

- a.** Totalmente de acuerdo
- b.** De acuerdo
- c.** Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d.** En desacuerdo
- e.** Totalmente en desacuerdo

26) ¿Se le brindó un servicio adecuado en su estadía?

- a.** Totalmente de acuerdo
- b.** De acuerdo
- c.** Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d.** En desacuerdo
- e.** Totalmente en desacuerdo

27) ¿El servicio que se le brindó fue el esperado y cumplió con sus expectativas?

- a.** Totalmente de acuerdo
- b.** De acuerdo
- c.** Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d.** En desacuerdo
- e.** Totalmente en desacuerdo

28) ¿Se sintió satisfecho con las instalaciones de los distintos servicios brindados?

- a.** Totalmente de acuerdo
- b.** De acuerdo
- c.** Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d.** En desacuerdo
- e.** Totalmente en desacuerdo

29) ¿Se sintió satisfecho con el servicio brindado por parte del personal?

- a.** Totalmente de acuerdo
- b.** De acuerdo
- c.** Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d.** En desacuerdo
- e.** Totalmente en desacuerdo

30) ¿Se sintió satisfecho con la calidad de los servicios brindados?

- a.** Totalmente de acuerdo
- b.** De acuerdo
- c.** Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d.** En desacuerdo
- e.** Totalmente en desacuerdo

31) ¿Sintió usted que el servicio ofrecido superó sus expectativas?

- a.** Totalmente de acuerdo
- b.** De acuerdo
- c.** Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d.** En desacuerdo
- e.** Totalmente en desacuerdo

ANEXO N° 02

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO	PROBLEMA	HIPÓTESIS	OBJETIVOS	METODOLOGÍA
<p>“Modelo SERVQUAL y la satisfacción, en adultos mayores, programa turismo social de EsSalud, Chimbote, 2017”</p>	<p>¿Cómo influye la aplicación del modelo SERVQUAL, en el nivel de satisfacción del servicio, en los adultos mayores del Programa de Turismo Social de EsSalud, Chimbote 2017?</p>	<p>La aplicación del modelo SERVQUAL, influye significativamente en el nivel de satisfacción del servicio, en los adultos mayores del Programa de Turismo Social de EsSalud, Chimbote 2017.</p>	<p><u>Objetivo general</u></p> <p>Analizar y determinar cómo influye la aplicación del modelo SERVQUAL, en el nivel de satisfacción del servicio, en los adultos mayores del Programa de Turismo Social de EsSalud, Chimbote 2017.</p> <p><u>Objetivos específicos</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analizar si el modelo SERVQUAL, se está aplicando o se ha aplicado, en los adultos mayores del programa turismo social de EsSalud, Chimbote 2017. 2. Analizar el nivel de satisfacción del servicio, en los adultos mayores del programa turismo social de EsSalud, Chimbote 2017. 3. Determinar la asociación o relación entre el modelo SERVQUAL y el nivel de satisfacción del servicio, en los adultos mayores del programa turismo social de EsSalud, Chimbote 2017. 	<p><u>Tipo y Diseño de Investigación:</u> Tipo: Descriptiva Diseño: No Experimental de corte transversal</p> <p><u>Población y Muestra:</u> Población: La población de estudio fue de 60 adultos mayores que están registrados y asisten regularmente al Programa de Turismo Social de EsSalud, Chimbote.</p> <p>Muestra: No se determinó muestra.</p> <p><u>Técnicas e Instrumentos:</u> Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento : Cuestionario</p>

ANEXO N° 03

VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS



UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERECTORADO ACADEMICO
ESCUELA ACADEMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
PLANILLAS DE JUICIO DE EXPERTOS

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento siguiente:
Cómo determinar mediante el modelo SERVQUAL, el nivel de satisfacción del servicio, en los adultos mayores del "PTS" de EsSalud, Chimbote 2017.
de la investigación: Modelo SERVQUAL y la satisfacción, en adultos mayores, programa turismo social de EsSalud, Chimbote, 2017.

La evaluación del instrumento es de relevancia para validarla y lograr sea utilizado eficientemente en la investigación. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL EXPERTO: Yanilda Arasely Aguirre Valdez
FORMACIÓN ACADÉMICA: Licenciada en Turismo / Magister en Ciencias Sociales, Mención en Planificación y Gestión Turística
AREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL: Turismo, Educación, Proyectos.
TIEMPO: 10 años **CARGO ACTUAL:** Docente Tiempo Parcial
INSTITUCIÓN: Universidad San Martín de Porres- Filial Norte.

Objetivo general: Analizar y determinar, mediante el modelo SERVQUAL, el nivel de satisfacción del servicio, en los adultos mayores del programa turismo social de EsSalud, Chimbote 2017.

Objetivo del juicio de expertos: Validar la encuesta
Objetivo de la prueba: Evaluar la encuesta y dar sugerencias
De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda

CATEGORIA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- Los ítems no son suficientes para medir la dimensión - Los ítems miden algún aspecto de la dimensión pero no corresponden con la dimensión total - Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. - Los ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem no es claro - El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. - Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. - El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem no tiene relación lógica con la dimensión - El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. - El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. - El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión - El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. - El ítem es relativamente importante. - El ítem es muy importante en la investigación.

MATRIZ DE VALIDACION POR EXPERTOS

TITULO DE LA INVESTIGACION: MODELO SERVQUAL Y LA SATISFACCION, EN LOS ADULTOS MAYORES, PROGRAMA TURISMO SOCIAL DE ESSALUD, CHIMBOTE – 2017.

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA*	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES (si debe modificarse un ítem por favor indique)
Tangibilidad	¿Las dependencias y equipamientos del hospedaje (ascensor, habitaciones, pasillos, etc.) estaban bien conservados?	4	4	4	4	
	¿Las diferentes instalaciones del hospedaje resultaban agradables y bien cuidados?	4	4	4	4	
	¿El personal de servicio tenía un aspecto limpio y aseado?	4	4	4	4	
	¿Las instalaciones de los distintos servicios (restaurante, hotel, transporte) estaba limpio?	4	4	4	4	
	¿Las instalaciones de los servicios eran confortables y acogedoras (uno se siente a gusto en ellas)?	4	4	4	4	
	¿Se brindó el servicio ofrecido según las condiciones contratadas?	4	4	4	4	
Fiabilidad	¿El personal resolvía de manera eficaz cualquier problema que pudo tener el cliente?	4	4	4	4	
	¿Se presta el servicio sin errores?	4	4	4	4	

	¿El personal de servicio se dirigía al cliente con amabilidad, se prestaba un servicio rápido y ágil?	4	4	4	4	
Capacidad de respuesta	¿El personal estaba atento a sus necesidades?	4	4	4	4	
	¿Los horarios de los diferentes servicios se adaptaban a las necesidades del cliente?	4	4	3	4	
	¿Los accesos a las visitas fueron medios facilitadores (su localización, parking...)?	4	4	4	4	
Empatía	¿ El personal de servicio se preocupó por resolver cualquier inconveniente?	4	3	4	4	
Rendimiento percibido	¿Se siente conforme con el desempeño brindado por el personal de servicio?	4	4	4	4	
	¿Se le brindó un adecuado servicio en su estadía?	4	4	4	4	
Expectativas	¿El servicio que se le brindó fue el esperado y cumplió con sus expectativas?	3	4	4	4	
Niveles de satisfacción	¿Se sintió satisfecho con las instalaciones de los distintos servicios brindados?	4	4	4	4	
	¿Se sintió satisfecho con el servicio brindado por parte del personal?	4	4	4	4	
	¿Se sintió satisfecho con la calidad brindada por los servicios?	4	4	4	4	
	¿Sintió usted que el servicio ofrecido superó sus expectativas?	4	4	4	4	

	¿Los equipamientos del hospedaje (ascensores, luces, electrodomésticos y medios audiovisuales) funcionaban correctamente?	4	4	4	4	
	¿Se consiguió fácilmente los diferentes servicios que solicitó el cliente?	4	4	4	4	
	¿Los diferentes servicios funcionaron con rapidez?	4	4	3	4	
	¿El personal siempre estuvo dispuesto a ayudar a los clientes?	4	4	4	4	
	¿Siempre había un personal encargado a disposición del cliente para cualquier problema que podría surgir?	4	4	4	4	
	¿Siempre había un personal disponible para brindar al cliente la información cuando la necesitaba?	4	4	4	4	
Seguridad	¿El personal de servicio brindó seguridad y confianza?	4	4	4	4	
	¿El personal actuó con discreción y respetó la intimidad del cliente?	4	4	3	4	
	¿El personal fue competente y profesional?	4	4	4	4	
	¿Las instalaciones de los distintos servicios (hotel, transporte, restaurante) cumplieron con las normas de seguridad?	4	4	4	4	
	¿Se proporciona una atención individualizada?	4	4	4	4	

ASPECTOS GENERALES

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial	X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir	X		
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada		X	
VALIDEZ			
APLICABLE		<input checked="" type="checkbox"/>	NO APLICABLE
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			<input checked="" type="checkbox"/> NO
Validado por: YANILDA ARASELY AGUIRRE VALDEZ			Fecha: 01 de Febrero del 2018
Firma: 	Teléfono: 980400320		Email: yaniagui@gmail.com



UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERECTORADO ACADEMICO
ESCUELA ACADEMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
PLANILLAS DE JUICIO DE EXPERTOS

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento siguiente:
Cómo determinar mediante el modelo SERVQUAL, el nivel de satisfacción del servicio, en los adultos mayores del "PTS" de EsSalud, Chimbote 2017.
de la investigación: Modelo SERVQUAL y la satisfacción, en adultos mayores, programa turismo social de EsSalud, Chimbote, 2017.

La evaluación del instrumento es de relevancia para validarla y lograr sea utilizado eficientemente en la investigación. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL EXPERTO: Luis Alberto Vigo Bardales
FORMACIÓN ACADÉMICA: Contador Público
AREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL: Docente y Contador
TIEMPO: 8 años CARGO ACTUAL: Director de CECODE - USP
INSTITUCIÓN: Universidad San Pedro

Objetivo general: Analizar y determinar, mediante el modelo SERVQUAL, el nivel de satisfacción del servicio, en los adultos mayores del programa turismo social de EsSalud, Chimbote 2017.

Objetivo del juicio de expertos: Validar la encuesta

Objetivo de la prueba: Evaluar la encuesta y dar sugerencias

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda

CATEGORIA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	<ul style="list-style-type: none"> - Los ítems no son suficientes para medir la dimensión - Los ítems miden algún aspecto de la dimensión pero no corresponden con la dimensión total - Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. - Los ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	<ul style="list-style-type: none"> - El ítem no es claro - El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. - Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. - El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	<ul style="list-style-type: none"> - El ítem no tiene relación lógica con la dimensión - El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. - El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. - El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	<ul style="list-style-type: none"> - El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión - El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. - El ítem es relativamente importante. - El ítem es muy importante en la investigación.

MATRIZ DE VALIDACION POR EXPERTOS

TITULO DE LA INVESTIGACION: MODELO SERVQUAL Y LA SATISFACCION, EN LOS ADULTOS MAYORES, PROGRAMA TURISMO SOCIAL DE ESSALUD, CHIMBOTE – 2017.

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA*	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES (si debe modificarse un ítem por favor indique)
Tangibilidad	¿Las dependencias y equipamientos del hospedaje (ascensor, habitaciones, pasillos, etc.) estaban bien conservados?	4	4	4	4	
	¿Las diferentes instalaciones del hospedaje resultaban agradables y bien cuidadosos?	4	4	4	4	
	¿El personal de servicio tenía un aspecto limpio y aseado?	4	4	4	4	
	¿Las instalaciones de los distintos servicios (restaurante, hotel, transporte) estaba limpio?	4	4	4	4	
	¿Las instalaciones de los servicios eran confortables y acogedoras (uno se siente a gusto en ellas)?	4	4	4	4	
	¿Se brindó el servicio ofrecido según las condiciones contratadas?	4	4	4	4	
Fiabilidad	¿El personal resolvía de manera eficaz cualquier problema que pudo tener el cliente?	4	4	4	4	
	¿Se presta el servicio sin errores?	4	4	4	4	

	¿El personal de servicio se dirigía al cliente con amabilidad, se prestaba un servicio rápido y ágil?	4	4	4	4	
Capacidad de respuesta	¿El personal estaba atento a sus necesidades?	4	4	4	4	
	¿Los horarios de los diferentes servicios se adaptaban a las necesidades del cliente?	4	4	4	4	
	¿Los accesos a las visitas fueron medios facilitadores (su localización, parking...)?	4	4	4	4	
Empatía	¿ El personal de servicio se preocupó por resolver cualquier inconveniente?	4	4	4	4	
Rendimiento percibido	¿Se siente conforme con el desempeño brindado por el personal de servicio?	4	4	4	4	
	¿Se le brindó un adecuado servicio en su estadía?	4	4	4	4	
Expectativas	¿El servicio que se le brindó fue el esperado y cumplió con sus expectativas?	4	4	4	4	
Niveles de satisfacción	¿Se sintió satisfecho con las instalaciones de los distintos servicios brindados?	4	4	4	4	
	¿Se sintió satisfecho con el servicio brindado por parte del personal?	4	4	4	4	
	¿Se sintió satisfecho con la calidad brindada por los servicios?	4	4	4	4	
	¿Sintió usted que el servicio ofrecido superó sus expectativas?	4	4	4	4	

	¿Los equipamientos del hospedaje (ascensores, luces, electrodomésticos y medios audiovisuales) funcionaban correctamente?	4	4	4	4	
	¿Se consiguió fácilmente los diferentes servicios que solicitó el cliente?	4	4	4	4	
	¿Los diferentes servicios funcionaron con rapidez?	4	4	4	4	
	¿El personal siempre estuvo dispuesto a ayudar a los clientes?	4	4	4	4	
	¿Siempre había un personal encargado a disposición del cliente para cualquier problema que podría surgir?	4	4	4	4	
	¿Siempre había un personal disponible para brindar al cliente la información cuando la necesitaba?	4	4	4	4	
Seguridad	¿El personal de servicio brindó seguridad y confianza?	4	4	4	4	
	¿El personal actuó con discreción y respetó la intimidad del cliente?	4	4	4	4	
	¿El personal fue competente y profesional?	4	4	4	4	
	¿Las instalaciones de los distintos servicios (hotel, transporte, restaurante) cumplieron con las normas de seguridad?	4	4	4	4	
	¿Se proporciona una atención individualizada?	4	4	4	4	

ASPECTO GENERALES

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial	X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir	X		
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada		X	
VALIDEZ			
APLICABLE	X		NO APLICABLE
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			NO
			SI NO
Validado por:			Fecha: 7-03-2018
Firma: 	Teléfono: 998396668	Email: luis_vigob@yahoo.es	



UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERECTORADO ACADÉMICO
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
PLANILLAS DE JUICIO DE EXPERTOS

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento siguiente:
Cómo determinar mediante el modelo SERVQUAL, el nivel de satisfacción del servicio, en los adultos mayores del "PTS" de EsSalud, Chimbote 2017.
de la investigación: Modelo SERVQUAL y la satisfacción, en adultos mayores, programa turismo social de EsSalud, Chimbote, 2017.

La evaluación del instrumento es de relevancia para validarla y lograr sea utilizado eficientemente en la investigación. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL EXPERTO: Gonzalo Urbau Gómez de la Barra Márquez
FORMACIÓN ACADÉMICA: Contador Público
AREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL: Docentes - Contador
TIEMPO: 30 CARGO ACTUAL: Docente USP
INSTITUCIÓN: Universidad San Pedro

Objetivo general: Analizar y determinar, mediante el modelo SERVQUAL, el nivel de satisfacción del servicio, en los adultos mayores del programa turismo social de EsSalud, Chimbote 2017.

Objetivo del juicio de expertos: Validar la encuesta
Objetivo de la prueba: Evaluar la encuesta y dar sugerencias
De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	<ul style="list-style-type: none"> • Los ítems no son suficientes para medir la dimensión • Los ítems miden algún aspecto de la dimensión pero no corresponden con la dimensión total • Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. • Los ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	<ul style="list-style-type: none"> • El ítem no es claro • El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. • Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. • El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	<ul style="list-style-type: none"> • El ítem no tiene relación lógica con la dimensión • El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. • El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. • El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	<ul style="list-style-type: none"> • El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión • El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. • El ítem es relativamente importante. • El ítem es muy importante en la investigación.

MATRIZ DE VALIDACION POR EXPERTOS

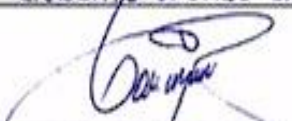
TITULO DE LA INVESTIGACION: MODELO SERVQUAL Y LA SATISFACCION, EN LOS ADULTOS MAYORES, PROGRAMA TURISMO SOCIAL DE ESSALUD, CHIMBOTE – 2017.

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA*	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES (si debe modificarse un ítem por favor indique)
Tangibilidad	¿Las dependencias y equipamientos del hospedaje (ascensor, habitaciones, pasillos, etc.) estaban bien conservados?	4	4	4	4	
	¿Las diferentes instalaciones del hospedaje resultaban agradables y bien cuidados?	4	4	3	4	
	¿El personal de servicio tenía un aspecto limpio y aseado?	4	4	4	4	
	¿Las instalaciones de los distintos servicios (restaurante, hotel, transporte) estaba limpio?	4	4	4	4	
	¿Las instalaciones de los servicios eran confortables y acogedoras (uno se siente a gusto en ellas)?	4	4	4	4	
	¿Se brindó el servicio ofrecido según las condiciones contratadas?	4	4	3	4	
Fiabilidad	¿El personal resolvía de manera eficaz cualquier problema que pudo tener el cliente?	4	4	4	4	
	¿Se presta el servicio sin errores?	4	4	4	4	

	¿El personal de servicio se dirigía al cliente con amabilidad, se prestaba un servicio rápido y ágil?	4	4	3	4	
Capacidad de respuesta	¿El personal estaba atento a sus necesidades?	4	4	4	4	
	¿Los horarios de los diferentes servicios se adaptaban a las necesidades del cliente?	4	4	4	4	
	¿Los accesos a las visitas fueron medios facilitadores (su localización, parking...)?	4	4	4	4	
Empatía	¿El personal de servicio se preocupó por resolver cualquier inconveniente?	4	4	4	4	
Rendimiento percibido	¿Se siente conforme con el desempeño brindado por el personal de servicio?	4	3	4	4	
	¿Se le brindó un adecuado servicio en su estadia?	4	4	4	4	
Expectativas	¿El servicio que se le brindó fue el esperado y cumplió con sus expectativas?	4	4	4	4	
Niveles de satisfacción	¿Se sintió satisfecho con las instalaciones de los distintos servicios brindados?	4	4	4	4	
	¿Se sintió satisfecho con el servicio brindado por parte del personal?	4	4	4	4	
	¿Se sintió satisfecho con la calidad brindada por los servicios?	4	4	4	4	
	¿Sintió usted que el servicio ofrecido superó sus expectativas?	4	4	4	4	

	¿Los equipamientos del hospedaje (ascensores, luces, electrodomésticos y medios audiovisuales) funcionaban correctamente?	5	5	5	5	
	¿Se consiguió fácilmente los diferentes servicios que solicitó el cliente?	5	5	5	5	
	¿Los diferentes servicios funcionaron con rapidez?	5	5	5	5	
	¿El personal siempre estuvo dispuesto a ayudar a los clientes?	5	5	5	5	
	¿Siempre había un personal encargado a disposición del cliente para cualquier problema que podría surgir?	5	5	5	5	
	¿Siempre había un personal disponible para brindar al cliente la información cuando la necesitaba?	5	5	5	5	
Seguridad	¿El personal de servicio brindó seguridad y confianza?	5	5	5	5	
	¿El personal actuó con discreción y respetó la intimidad del cliente?	5	5	5	5	
	¿El personal fue competente y profesional?	5	5	5	5	
	¿Las instalaciones de los distintos servicios (hotel, transporte, restaurante) cumplieron con las normas de seguridad?	5	5	5	5	
	¿Se proporciona una atención individualizada?	5	5	5	5	

ASPECTO GENERALES

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial	X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir	X		
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada	X		
VALIDEZ			
APLICABLE	X		NO APLICABLE
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			NO
			SI NO
Validado por: <u>GOLZAR URBANO GÓMEZ DE LA BARRA MARQUEZ</u>		Fecha: <u>07-03-18</u>	
Firma: 	Teléfono: <u>943557085</u>	Email: <u>ggomarquez@hotmail.com</u>	

ANEXO N° 04

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD



VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

El que suscribe, Vicerrector de Investigación de la Universidad San Pedro:

HACE CONSTAR

Que, de la revisión del trabajo titulado "**Modelo SERVQUAL y la satisfacción en adultos mayores Programa Turismo Social de Essalud, Chimbote 2017**" del (a) estudiante: **HUAMAN BRONCANO SUSAN MARGARITA**, identificado(a) con Código N° **1112200197**, se ha verificado un porcentaje de similitud del **26%**, el cual se encuentra dentro del parámetro establecido por la Universidad San Pedro mediante resolución de Consejo Universitario N° 5037-2019-USP/CU para la obtención de grados y títulos académicos de pre y posgrado, así como proyectos de investigación anual Docente.

Se expide la presente constancia para los fines pertinentes.

Chimbote, 03 de octubre de 2024

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

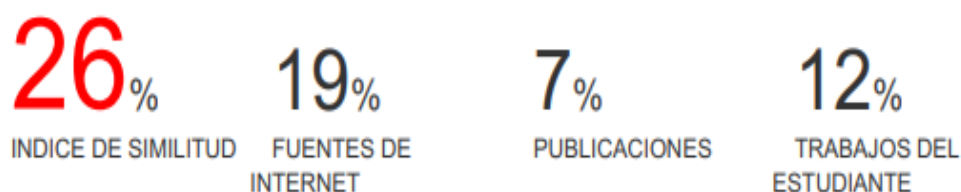
Dr. JAVIER MARTÍNEZ CARRIÓN
VICERRECTOR



NOTA: Este documento carece de valor si no tiene adjunta el reporte del Software TURNITIN.

Modelo SERVQUAL y la satisfacción en adultos mayores Programa Turismo Social de Essalud, Chimbote 2017


INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to UNAPEC Trabajo del estudiante	3%
2	dspace.unitru.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	Emilio Herrera Molina, Ingrid Muñoz Mayorga, Verónica Martín Galán, Manolo Cid Gala. "Experiencias españolas en la promoción de la autonomía personal en las personas mayores", Gaceta Sanitaria, 2011 Publicación	1%
4	Submitted to Universidad Señor de Sipan Trabajo del estudiante	1%
5	Submitted to Universidad Católica Los Angeles de Chimbote Trabajo del estudiante	1%
6	Submitted to Universidad Internacional de la Rioja Trabajo del estudiante	1%



7	myslide.es Fuente de Internet	1%
8	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Trabajo del estudiante	1%
9	Submitted to Universidad Inca Garcilaso de la Vega Trabajo del estudiante	1%
10	www.posgradoeinvestigacion.uadec.mx Fuente de Internet	1%
11	revistaschilenas.uchile.cl Fuente de Internet	1%
12	ri.ues.edu.sv Fuente de Internet	1%
13	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1%
14	Submitted to Corporación Universitaria Remington Trabajo del estudiante	<1%
15	tesis.ucsm.edu.pe Fuente de Internet	<1%
16	repositorio.unsa.edu.pe Fuente de Internet	<1%
17	Submitted to Universidad Tecnológica de 	

	Honduras Trabajo del estudiante	<1%
18	www.bartolomebeltran.com Fuente de Internet	<1%
19	repositorio.autonoma.edu.pe Fuente de Internet	<1%
20	repositorio.unsm.edu.pe Fuente de Internet	<1%
21	publicaciones.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	<1%
22	www.abm.org.mx Fuente de Internet	<1%
23	mafiadoc.com Fuente de Internet	<1%
24	repositorio.unheval.edu.pe Fuente de Internet	<1%
25	dspace.ucuenca.edu.ec Fuente de Internet	<1%
26	MARÍA GUIJARRO GARCÍA. "Estudio de la literatura y modelos de negocio de la implantación de CRM -modelo cliente céntrico- como enfoque estratégico condicionante de la ventaja competitiva en la pyme: estudio empírico de la aplicación de un CRM -modelo	<1%



cliente céntrico- en agencias de viajes",
Universitat Politecnica de Valencia, 2010

Publicación

27	repositorio.unfv.edu.pe Fuente de Internet	<1%
28	Submitted to Universidad Señor de Sipan Trabajo del estudiante	<1%
29	Achieving Competitive Advantage through Quality Management, 2015. Publicación	<1%
30	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	<1%
31	www.malcolmread.co.uk Fuente de Internet	<1%
32	Submitted to Corporación Universitaria del Caribe Trabajo del estudiante	<1%
33	www.biomeddefinition.com Fuente de Internet	<1%
34	repositorio.undac.edu.pe Fuente de Internet	<1%
35	www.psiconet.com Fuente de Internet	<1%
36	repositorio.usanpedro.pe Fuente de Internet	<1%



37	Submitted to Universidad Ricardo Palma Trabajo del estudiante	<1%
38	Submitted to Consorcio CIXUG Trabajo del estudiante	<1%
39	Handbook of Happiness Research in Latin America, 2016. Publicación	<1%
40	en.calameo.com Fuente de Internet	<1%
41	Submitted to Universidad Andina del Cusco Trabajo del estudiante	<1%
42	dspace.unach.edu.ec Fuente de Internet	<1%
43	Jordi Garcés Ferrer, Mireia Ferri Sanz, Estrella Durá Ferrandis, Scott McCabe, Javier Sánchez García. "Social Tourism and Healthy Ageing", International Journal of Tourism Research, 2016 Publicación	<1%
44	hal.archives-ouvertes.fr Fuente de Internet	<1%



Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

< 10 words

Excluir bibliografía

Activo

ANEXO N° 05 FORMULARIO DE REPOSITORIO



REPOSITORIO INSTITUCIONAL DIGITAL FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE DOCUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1 Información del Autor				
Huamán Broncano Susan Margarita		46999980	susan.huaman@hotmail.com	
Apellidos y Nombres		DNI	Correo Electrónico	
2 Tipo de Documento de Investigación				
<input checked="" type="checkbox"/> Tesis	<input type="checkbox"/> Trabajo de Suficiencia Profesional	<input type="checkbox"/> Trabajo Académico	<input type="checkbox"/> Trabajo de Investigación	
3 Grado Académico o Título Profesional¹				
<input type="checkbox"/> Bachiller	<input checked="" type="checkbox"/> Título Profesional	<input type="checkbox"/> Título Segunda Especialidad	<input type="checkbox"/> Maestría	<input type="checkbox"/> Doctorado
4 Título del Documento de Investigación				
Modelo SERVQUAL y la satisfacción, en adultos mayores, Programa Turismo Social de ESSALUD, Chimbote 2017.				
5 Programa Académico				
Administración Hotelera y Turismo				
6 Tipo de Acceso al Documento				
<input checked="" type="checkbox"/> Abierto o Público ² (info@u-repo/semantics/openAccess)		<input type="checkbox"/> Acceso restringido ⁴ (info@u-repo/semantics/restrictedAccess) ^(*)		
(*) En caso de restringido sustentar motivo				

A. Originalidad del Archivo Digital

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado Evaluador y forme parte del proceso que conduce a obtener el grado académico o título profesional.

B. Otorgamiento de una licencia CREATIVE COMMONS⁵

El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Institucional Digital, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento.⁶



Susan Huamán
Firma

Lugar	Día	Mes	Año
Chimbote	21	01	20

Importante

1. Según Resolución de Consejo Directivo N° 000-2019-BUHE-DU-CO, Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar Grados Académicos y Títulos Profesionales, Art. 8, inciso 8.2.
2. Ley N° 30335, Ley que regula el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto y D.S. 090-2019-PCM.
3. Si el autor eligió el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad San Pedro una licencia no exclusiva para que se pueda hacer amigos de forma en la obra y difundir en el Repositorio Institucional Digital, respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.
4. En caso de que el autor elija la segunda opción, únicamente se publicará los datos del autor y resumen de la obra, de acuerdo a la directiva N° 004-2019-CONCYTEC-DEEC (Numerales 5.2 y 6.7) que norma el funcionamiento del Repositorio Nacional Digital.
5. Las Licencias Creative Commons (CC) es una organización internacional sin fines de lucro que pone a disposición de los autores un conjunto de licencias flexibles y de herramientas tecnológicas que facilitan la difusión de información, recursos educativos, obras artísticas y científicas, entre otras. Estas licencias también garantizan que el autor obtenga el crédito por su obra.
6. Según el inciso 12.2, del artículo 10º del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales (RENAI) "Las universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los realizados en sus repositorios institucionales procediendo al tipo de acceso abierto o restringido, las cuales serán posteriormente recolectados por el Repositorio Digital RENAI, a través del Repositorio AUICA".

Nota: - En caso de falsedad en los datos, se procederá de acuerdo a ley Ley 27444, art. 32, núm. 32.3).

